

**ANALISA PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY BERDASARKAN *GLOBAL REPORTING  
INITIATIVE* (GRI): STUDI EMPIRIS PADA PT TELKOM INDONESIA  
(PERSERO) TBK TAHUN 2013-2017**

Disusun Oleh:

**Shafira Asokawati**

NIM. 15502030011022

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Derajat Sarjana Ekonomi



**JURUSAN AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BRAWIJAYA  
MALANG  
2019**



## DAFTAR ISI

|   |     |
|---|-----|
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....   | vii |
| <b>ABSTRAK</b> .....  | x   |
| <b>ABSTRACT</b> .....   | xi  |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....   | xii |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....   | xiv |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....  | xv  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....  | xvi |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....  | 1   |
| 1.1 Latar Belakang .....  | 1   |
| 1.2 Rumusan Masalah .....   | 8   |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....  | 9   |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....   | 9   |
| 1.5 Sistematika Penulisan.....  | 10  |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....                                    | 12  |
| 2.1 Definisi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) .....         | 12  |
| 2.2 Prinsip <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....           | 13  |
| 2.3 Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....      | 14  |
| 2.4 Teori Pendekatan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) ..... | 16  |
| 2.5 Pengukuran <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) .....       | 17  |
| 2.6 Manfaat <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) .....          | 19  |
| 2.7 <i>Global Reporting Initiative</i> (GRI).....                       | 20  |
| 2.8 Konsep Pelaporan CSR berdasarkan GRI.....                           | 22  |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....                                  | 23  |
| 3.1 Jenis Penelitian.....   | 23  |





|  |            |
|--|------------|
| 3.2 Jenis Data dan Sumber Data.....  | 24         |
| 3.3 Objek Penelitian dan Situs Penelitian.....   | 25         |
| 3.4 Metode Pengumpulan Data.....   | 25         |
| 3.5 Analisis Data.....   | 26         |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>   | <b>28</b>  |
| 4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....  | 28         |
| 4.1.1 Profil PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk.....  | 28         |
| 4.1.2 Visi dan Misi PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk.....   | 30         |
| 4.1.3 Struktur Organisasi PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk.....                                     | 32         |
| 4.1.4 Kegiatan Operasional PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk.....                                    | 37         |
| 4.2 Konsep CSR PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk.....  | 39         |
| 4.3 Praktik CSR PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk.....   | 41         |
| 4.3.1 Tahun 2013.....  | 41         |
| 4.3.2 Tahun 2014.....  | 45         |
| 4.3.3 Tahun 2015.....  | 47         |
| 4.3.4 Tahun 2016.....  | 49         |
| 4.3.5 Tahun 2017.....  | 54         |
| 4.4 Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) sebagai Bagian dari<br>Tanggungjawab Sosial Perusahaan..... | 57         |
| 4.5 <i>Content Analysis</i> terhadap Pengungkapan CSR PT Telko Indonesia<br>(Persero) Tbk.....       | 60         |
| <b>BAB V PENUTUP.....</b>  | <b>146</b> |
| 5.1 Kesimpulan.....  | 146        |
| 5.2 Keterbatasan Penelitian.....   | 147        |
| 5.3 Saran.....   | 147        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>   | <b>149</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>   | <b>152</b> |



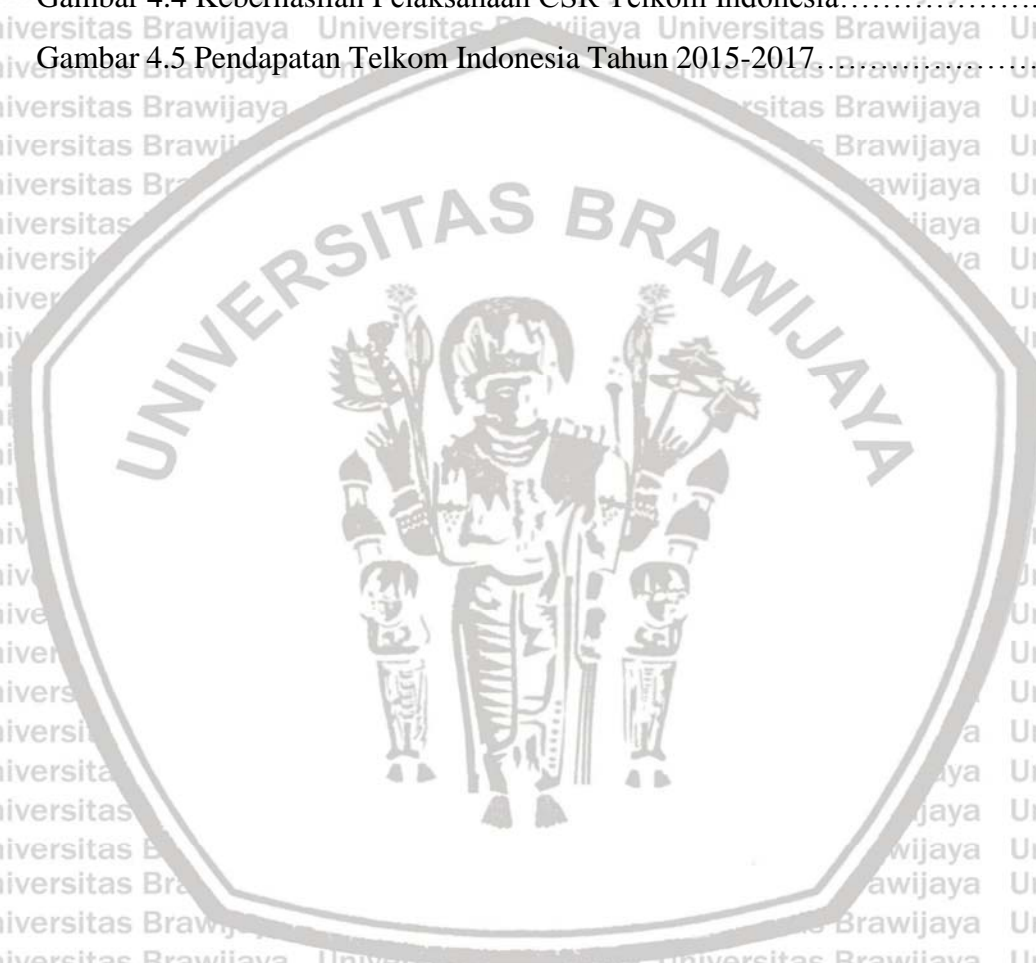
## DAFTAR TABEL

|  |     |
|--|-----|
| Tabel 4.5.1 Pengungkapan Kategori Ekonomi Tahun 2013 .....             | 61  |
| Tabel 4.5.2 Pengungkapan Kategori Lingkungan Tahun 2013.....           | 64  |
| Tabel 4.5.3 Pengungkapan Sub Kategori Sosial Tahun 2013.....           | 67  |
| Tabel 4.5.4 Pengungkapan Kegiatan CSR Tahun 2013.....                  | 74  |
| Tabel 4.5.5 Pengungkapan Kategori Ekonomi Tahun 2014 .....             | 75  |
| Tabel 4.5.6 Pengungkapan Kategori Lingkungan Tahun 2014.....           | 78  |
| Tabel 4.5.7 Pengungkapan Sub Kategori Sosial Tahun 2014.....           | 82  |
| Tabel 4.5.8 Pengungkapan Kegiatan CSR Tahun 2014.....                  | 88  |
| Tabel 4.5.9 Pengungkapan Kategori Ekonomi Tahun 2015 .....             | 90  |
| Tabel 4.5.10 Pengungkapan Kategori Lingkungan Tahun 2015 .....         | 93  |
| Tabel 4.5.11 Pengungkapan Sub Kategori Sosial Tahun 2015.....          | 97  |
| Tabel 4.5.12 Pengungkapan Kegiatan CSR Tahun 2015.....                 | 104 |
| Tabel 4.5.13 Pengungkapan Kategori Ekonomi Tahun 2016 .....            | 106 |
| Tabel 4.5.14 Pengungkapan Kategori Lingkungan Tahun 2016 .....         | 109 |
| Tabel 4.5.15 Pengungkapan Sub Kategori Sosial Tahun 2016.....          | 114 |
| Tabel 4.5.16 Pengungkapan Kegiatan CSR Tahun 2016.....                 | 121 |
| Tabel 4.5.17 Pengungkapan Kategori Ekonomi Tahun 2017 .....            | 123 |
| Tabel 4.5.18 Pengungkapan Kategori Lingkungan Tahun 2017 .....         | 126 |
| Tabel 4.5.19 Pengungkapan Sub Kategori Sosial Tahun 2017.....          | 131 |
| Tabel 4.5.20 Pengungkapan Kegiatan CSR Tahun 2017.....                 | 139 |
| Tabel 4.6.1 Rekapitulasi Indeks yang Diungkapkan Tahun 2013-2017 ..... | 140 |



## DAFTAR GAMBAR

|   |     |
|---|-----|
| Gambar 4.1 Komposisi Pemegang Saham Telkom Indonesia Per Tahun 2017 ... | 29  |
| Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk.....   | 33  |
| Gambar 4.3 Tren Pengungkapan CSR Sesuai Indeks GRI 4.0.....             | 143 |
| Gambar 4.4 Keberhasilan Pelaksanaan CSR Telkom Indonesia.....           | 144 |
| Gambar 4.5 Pendapatan Telkom Indonesia Tahun 2015-2017.....             | 145 |





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Indikator Pengungkapan Corporate Social responsibility (CSR)  
Berdasarkan Global Reporting Initiative (GRI) 4.0..... 152





## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk atau selanjutnya disebut Telkom Indonesia, merupakan satu-satunya perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam bidang telekomunikasi sekaligus penyelenggara layanan telekomunikasi dengan jaringan terbesar di Indonesia.

Pada tahun 2018, Telkom Indonesia telah tercatat di Bursa Efek Indonesia (TLKM) dan *New York Stock Exchange* (TLK). Berdasarkan Laporan Kinerja Finansial dan Operasional terakhir, yakni tahun 2017 diuraikan bahwa kepemilikan saham Telkom Indonesia adalah 52.1% milik pemerintah Indonesia dan 47.9% milik publik dengan kapitalisasi pasar mencapai Rp 447,55 Triliun (IndoTelco- Desember 2017), sehingga tidak berlebihan apabila Telkom Indonesia telah merambah ke benua Asia dan Amerika.

Berdasarkan kapitalisasi pasar tersebut, tidak mengherankan apabila Telkom Indonesia saat ini merupakan salah satu perusahaan milik negara yang paling menguntungkan jika dibandingkan dengan perusahaan milik negara lainnya. Hal tersebut dapat diamati melalui indikator perolehan laba bersih yang selalu mengalami peningkatan di setiap tahunnya. Adapun laba bersih yang diperoleh pada tahun 2017 yakni sebesar Rp 22,15 Triliun, meningkat tajam



dari tahun sebelumnya, yakni 2016 yang menunjukkan angka keuntungan sebesar Rp 19,35 Triliun. Artinya, selama dua periode terakhir Telkom Indonesia mengalami peningkatan laba sebesar 14,41 persen. Dapat diamati pula dalam laporan keuangan tahunan Telkom Indonesia periode 2017 bahwa pendapatan perusahaan mengalami peningkatan sebesar 10,24 persen dari Rp 116,33 Triliun per Desember 2016 menjadi Rp 128,25 Triliun per Desember 2017 (*Annual Report*, 2017). Nilai liabilitas dan ekuitas Telkom Indonesia turut mengalami peningkatan masing-masing menjadi Rp 86,35 Triliun dari Rp 74,06 Triliun untuk liabilitas dan Rp 112,13 Triliun dari Rp 105,54 Triliun untuk ekuitas (CNBC Indonesia, 2017). Dapat disimpulkan bahwa Telkom Indonesia tidak saja berkontribusi terhadap peningkatan perekonomian negara, namun berkontribusi pula dalam penyerapan sumber daya manusia.

Sekalipun bisnis Telkom Indonesia telah berkembang pesat, tidak menutup kemungkinan keberlanjutannya akan terancam. Hal tersebut sejalan dengan penuturan para ahli dalam *World Business Council and Sustainability Development (WBCSD)*, bahwa keberlanjutan suatu perusahaan tidak hanya ditentukan oleh dimensi ekonomi semata, tetapi ditentukan oleh dimensi sosial dan lingkungan serta dimensi etis dan hukum disamping kelembagaan. Artinya, komitmen bisnis yang berkelanjutan merupakan suatu perilaku etis dari suatu perusahaan yang tidak hanya berkontribusi pada pembangunan ekonomi



semata, akan tetapi sembari meningkatkan kualitas kehidupan tenaga kerja dan keluarga mereka serta masyarakat lokal dan masyarakat pada umumnya (WBCSD, 1999, *Business Association* dalam Maharani 2014). Berdasarkan kepentingan tersebut, pemerintah Indonesia mensyaratkan suatu perusahaan untuk menyisihkan laba bersih yang telah diperoleh untuk dana kegiatan *Corporate Social Responbility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan atas kegiatan operasional yang dilaksanakan (UU No. 40 Tahun 2007 pasal 74).

Menurut Sari et al., (2013) CSR dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non-keuangan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosial yang dapat dituangkan dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial terpisah yang disebut dengan *sustainability report*. Elkington (2007) melalui bukunya yang berjudul "*Cannibals with Forks, the Triple Bottom Line of 21st Century Business*" mengembangkan bahwa konsep CSR berfokus pada tiga pilar dasar atau *triple bottom line* yakni kesejahteraan ekonomi (*economic prosperity*), kualitas lingkungan (*environmental quality*), dan keadilan sosial (*social justice*). Beliau menekankan sebuah entitas bisnis perlu mengukur kesuksesan yang tidak terbatas pada kinerja keuangan saja, namun juga melihat masalah sosial dan lingkungan. Dikutip dari buku *Community Relation Konsep dan aplikasinya* (Iriantara, 2004) yang berbunyi:



“Perseroan dapat terus melanjutkan kegiatan usaha dengan menanamkan konsep tiga pilar dasar ke dalam tiga aspek yakni keuntungan (*Profit*), terlibat dalam pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*People*), dan menjaga kelestarian lingkungan (*Planet*).”

Pengungkapan konsep tiga pilar dasar pada program CSR memiliki berbagai manfaat yang dapat dirasakan langsung dan tidak langsung oleh perseroan. Kooskora dan Vau (2011) dalam McElhaney (2008), menyatakan bahwa manfaat CSR dapat dirasakan perusahaan atau entitas melalui sumber daya manusia, manajemen bakat, reputasi, dan penghematan biaya operasional. Penelitian Kooskora dan Vau (2011) menghasilkan premis bahwa karyawan cenderung lebih loyal dan puas terhadap perusahaan yang menunjukkan komitmennya dalam kegiatan CSR. Perusahaan dapat mengungkap kegiatan pertanggungjawaban sosial yang telah dilakukan terhadap stakeholdernya dalam laporan keberlanjutan (*sustainability report*). Laporan keberlanjutan merupakan laporan yang diterbitkan perusahaan atau entitas bisnis yang meliputi laporan aspek keuangan, sosial, dan lingkungan yang memengaruhi kelangsungan operasi perusahaan (Luthan, 2010). Dalam hal ini laporan keberlanjutan berisi informasi yang bersifat seimbang dan wajar sesuai prinsip penentuan kualitas laporan terkait kinerja keberlanjutan perusahaan, termasuk di dalamnya kontribusi positif dan negatif yang telah dilakukan dalam periode tertentu.



Pedoman atau standar yang digunakan perusahaan dalam melaporkan keberlanjutan usaha yakni *Global Reporting Initiative* atau selanjutnya disebut dengan GRI. Adapun standar GRI yang berlaku per Mei tahun 2013 adalah GRI 4.0 yang mencakup tiga aspek yakni ekonomi, sosial, dan lingkungan. Dalam pedoman standar GRI 4.0 (2013), dinyatakan bahwa dimensi keberlanjutan ekonomi berkaitan dengan dampak entitas terhadap kondisi dan sistem ekonomi pada tingkat lokal, nasional, maupun global. Indikator ekonomi merepresentasikan arus modal di antara stakeholder yang beragam dan dampak ekonomi utama dari organisasi di seluruh lapisan masyarakat. Dimensi keberlanjutan lingkungan berkaitan dengan dampak entitas pada sistem alam yang bersifat hayati dan non hayati termasuk tanah, air, udara, dan ekosistem. Adapun kategori lingkungan terdiri atas output (emisi dan limbah) dan input (energi dan air, termasuk keanekaragaman hayati, transportasi, kepatuhan, dan biaya lingkungan). Sedangkan dimensi keberlanjutan sosial, memuat dampak yang ditimbulkan terhadap sistem sosial di mana perseroan beroperasi seperti praktik ketenagakerjaan, kenyamanan bekerja, hak asasi manusia, dan tanggung jawab atas produk. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hadi (2009) menunjukkan bahwa biaya lingkungan yang dikeluarkan oleh suatu entitas dapat bermanfaat dalam meningkatkan kinerja sosial, yakni menekan tuntutan stakeholder terhadap entitas. Artinya, ketika perusahaan secara konsisten



menjalankan komitmen dalam menyisihkan sebagian dari labanya untuk tujuan tanggungjawab sosial, maka segenap komponen dan pemangku kepentingan cenderung loyal dan percaya bahwa perusahaan sadar akan tanggungjawab dan kewajibannya.

Fenomena yang terjadi di Indonesia adalah *mega company* telah menyadari pentingnya tanggungjawab sosial dan pelaporan keberlanjutan usaha dan kemudian berbondong-bondong untuk menyesuaikan pelaporannya dengan pedoman terbaru yang berlaku umum. Salah satu contoh adalah hampir seluruh perseroan besar milik BUMN dan swasta menjalankan program *community development* serta Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL). Hal tersebut menjadi bukti konkrit bahwa pelaksanaan tanggungjawab sosial dan pengungkapan keberlanjutan usaha benar-benar penting dan bernilai bagi seluruh entitas (Sagara, 2014). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Iqbal Harori dan Toto Gunarto (2014), mengenai analisis implementasi CSR terhadap kesejahteraan masyarakat menunjukkan hasil bahwa program CSR terbukti berpengaruh positif terhadap kesejahteraan masyarakat. Tidak hanya itu, Pinnacle Group International dalam catatannya The 7<sup>th</sup> Annual Global CSR Summit Award menyebutkan bahwa kualitas dan dampak program CSR semakin meningkat. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa program CSR penting untuk dilakukan seluruh entitas bisnis, baik milik negara maupun



swasta untuk menunjang pembangunan perekonomian negara sekaligus sebagai investasi sosial perusahaan untuk menciptakan citra yang baik dan meningkatkan kepercayaan publik (Frynas, 2009).

Telkom Indonesia (TLKM) merupakan perusahaan telekomunikasi milik BUMN dengan pertumbuhan terpesat dan penawaran IPO tertua di Indonesia yang melaksanakan pelaporan keberlanjutan dan tanggungjawab sosialnya dengan berpedoman pada GRI yang berlaku efektif tahun 2013, yakni GRI 4.0. Dalam pelaporan keberlanjutan tersebut, pedoman GRI memberikan kebebasan pada entitas untuk memilih menggunakan opsi yang tersedia, yakni inti dan komprehensif sesuai dengan kebutuhan perusahaan (Pedoman GRI, 2013). Hal tersebut menyiratkan bahwa premis semakin banyak mengungkapkan indikator atau semakin perusahaan memilih opsi komprehensif maka semakin tinggi predikat atau citra perusahaan seperti dalam konsep GRI 3.1, adalah tidak berlaku. Telkom Indonesia memilih menggunakan prinsip penyusunan sesuai 'Inti', dengan menambah pengungkapan beberapa standar khusus. Fenomena lain yang terjadi adalah banyaknya dugaan inkonsistensi perusahaan yang mana telah memilih opsi

komprehensif namun dalam praktiknya mereka bahkan tidak mengungkap konten-konten standar khusus yang dipersyaratkan dalam pedoman GRI 4.0 opsi komprehensif. Dalam penelitian ini akan diteliti secara mendalam



bagaimana konsistensi pengungkapan pelaporan kegiatan CSR Telkom Indonesia selama periode 2013-2017 sekaligus membuktikan apakah terjadi perbedaan antara implementasi pelaporan dengan standar yang tertuang dalam pedoman GRI 4.0.

Telkom Indonesia dipilih sebagai objek penulisan karena berdasarkan Indonesia's Best Corporate Social Initiatives yang diselenggarakan oleh Majalah Mix dari Swa Media Group pada tahun 2018, Telkom Indonesia menjadi salah satu perusahaan yang memperoleh penghargaan atas keberhasilannya dalam membangun awareness dan kepedulian pada sebuah gerakan sosial. Kampanye sosial milik Telkom Indonesia, yakni InternetBAIK dinilai oleh Khofifah Indar (Mensos RI) sebagai wujud CSR perusahaan yang dapat disinergikan bersama pemerintah Indonesia untuk mewujudkan pembangunan dalam bidang ekonomi, sosial, dan lingkungan hidup sebagai upaya pengentasan kemiskinan. Dilansir dari Tribun News (April, 2018), lembaga riset ENCIETY turut menyatakan selama dua tahun terakhir yakni 2017 dan 2018 CSR Telkom Indonesia menunjukkan CSR Index di atas 70 persen yang berarti istimewa.

Dalam pengimplementasian kegiatan CSR, Telkom Indonesia tidak hanya memberikan bantuan dalam bentuk materiil saja tetapi juga melakukan aksi pemberdayaan karyawan dan masyarakat. Sebagai contoh singkat,



pemberdayaan karyawan dilakukan dalam bentuk pengembangan kompetensi melalui pendidikan dan pelatihan, baik yang terkait langsung maupun tidak langsung terhadap strategi bisnis dan operasional yang dikelola melalui pembentukan Telkom CorpU. Sedangkan pemberdayaan masyarakat dilakukan melalui program kemitraan, pendirian sarana pendidikan dan pelatihan, pengembangan sarana dan prasarana umum, dan lain sebagainya (Laporan Keberlanjutan, 2015). Adapun beberapa penghargaan yang diraih Telkom Indonesia atas kegiatan CSR yang dilaksanakannya adalah sebagai berikut.

1. Pada 18 Agustus 2017 Telkom memperoleh penghargaan sebagai *Indonesia Digital Learning/Outstanding Social Campaign* dalam Indonesia's Best Corporate Social Initiatives 2017 dari SWA dan MIX.
2. Pada 6 September 2017 Telkom memperoleh penghargaan pada kategori Peningkatan Mutu Pendidikan melalui program *Indonesia Digital Learning*, Peningkatan Ekonomi masyarakat melalui program *Telkom Craft*, dan Peningkatan Mutu Kesehatan Masyarakat melalui program *Telkom Disability Care* dalam Nusantara CSR Awards dari La Tofi School.
3. Pada tanggal 14 September 2017 Telkom meraih beberapa penghargaan diantaranya peringkat 2 *Most Organized IR*, peringkat 1 *Strongest Adherence to Corporate Governance*, peringkat 1 *Most Consistent*



*Dividend Policy*, dan peringkat 2 *Best Strategic CSR* dalam 7<sup>th</sup> Annual

Institutional Investor Awards for Corporates dari Alpha Southeast Asia.

Penulis pada akhirnya mengambil judul skripsi “Analisa

**Pengungkapan Corporate Social Responsibility Berdasarkan *Global***

***Reporting Initiative* (GRI) 4.0 Pada PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk**

**Tahun 2013-2017”. Fokus penelitian ini adalah untuk dapat membahas lebih**

lanjut terkait konsistensi pengungkapan laporan CSR berdasarkan pedoman

GRI 4.0 yang dilakukan Telkom Indonesia berikut perkembangannya selama

lima periode terakhir yakni 2013-2017 sekaligus membuktikan apakah terdapat

perbedaan di dalamnya antara implementasi dalam pelaporan dengan standar

yang tertuang dalam pedoman GRI 4.0.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan jabaran latar belakang di atas, maka masalah yang dapat

dirumuskan adalah bagaimana konsistensi pengungkapan CSR (*Corporate*

*Social Responsibility*) pada perusahaan PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk

periode 2013-2017 dengan masing-masing indikator kinerja dalam GRI

(*Global reporting Initiatives*) 4.0.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh hasil konkrit mengenai

konsistensi pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) oleh PT



Telekom Indonesia (Persero) Tbk periode 2013-2017 dengan masing-masing indikator kinerja dalam GRI (*Global Reporting Initiatives*) 4.0.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

##### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

1. Bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis khususnya Jurusan Akuntansi, penelitian ini dapat menambah wawasan mengenai perkembangan pedoman penyusunan laporan keberlanjutan dan bagaimana perusahaan dapat menyesuaikan setiap perubahan yang terjadi.
2. Bagi peneliti berikutnya, penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian lebih lanjut mengenai topik CSR.

##### **1.4.2 Manfaat Praktis**

1. Bagi perusahaan, hasil penelitian dapat dijadikan sebagai bahan koreksi dan pertimbangan terkait kebijakan pelaporan dan pengungkapan CSR berdasarkan standar atau pedoman yang berlaku.
2. Bagi pemerintah, hasil penelitian dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan terkait regulasi yang akan diputuskan mengenai kewajiban-kewajiban entitas bisnis di Indonesia.
3. Bagi masyarakat, hasil penelitian dapat dijadikan sebagai penambah wawasan mengenai standar yang berlaku umum dapat berubah-ubah mengikuti kebutuhan entitas dan publik serta bagi masyarakat calon



pimpinan perusahaan, penelitian dapat dijadikan sebagai sumber informasi atas sebagian kecil kewajiban-kewajiban perusahaan terhadap lingkungannya.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

### BAB I

### PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan secara mendalam mengenai teori-teori yang berkaitan dengan penelitian. Teori-teori tersebut digunakan oleh penulis untuk mendukung analisis data dan pembahasan.

### BAB III

### METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai perusahaan-perusahaan yang akan digunakan dalam penelitian dan menjelaskan tata cara pengukuran variable penelitian.

### BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN



Dalam bab ini penulis mengolah data serta melakukan pembahasan detail atas data-data yang telah diperoleh.

## BAB V

## PENUTUP

Dalam bab ini berisikan kesimpulan, keterbatasan, dan saran atas penelitian yang telah dilakukan.





## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 1.1 Definisi *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Para ahli mengungkapkan bahwa hingga saat ini belum ditemukan definisi yang seragam terkait CSR, namun esensi yang ditujukan atas kegiatan pertanggungjawaban sosial pada prinsipnya adalah sama. Johnson dan Johnson (2006) dalam Hadi (2009) mendefinisikan CSR sebagai berikut.

*“Corporate Social Responsibility (CSR) is about how companies manage the business processes to produce an overall positives impact on society.”*

Definisi tersebut diangkat berdasarkan filosofi mengenai tata kelola perusahaan yang baik secara keseluruhan untuk mendapatkan dampak positif bagi dirinya serta bagi lingkungannya. Ismail (2009) mendefinisikan CSR sebagai bagian dari perjalanan bisnis yang dijalankan sesuai keinginan pemilik perusahaan yang secara umum berbentuk menghasilkan laba sebesar-besarnya dengan tetap mengindahkan aturan dasar masyarakat sebagaimana telah diatur dengan hukum dan perundang-undangan. Dalam hal ini berarti menurut Ismail (2009) kegiatan CSR dilakukan berdasarkan kesukarelaan pemilik atau pengelola perusahaan. Utami dan Prastiti (2011) mengungkap dalam ISO 26000 diperoleh definisi CSR sebagai tanggung jawab organisasi terhadap masyarakat dan lingkungan melalui tindakan etis dan transparan, konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan



kesejahteraan masyarakat, dan tentu memperhatikan kepentingan stakeholder.

Retno et al., (2012) mengungkap definisi CSR sebagai bentuk tindakan yang dimulai dari pertimbangan etis perusahaan dalam rangka meningkatkan perekonomian yang diimbangi dengan peningkatan kualitas hidup karyawan beserta anggota keluarganya, serta peningkatan kualitas hidup masyarakat dan sekitarnya. Menurut pemerintah Inggris, CSR dikemukakan sebagai berikut.

*“The voluntary actions that business can take, over and above compliance with minimum requirements, to address both its own competitive interest and interest of wider society.”* (www.csr.gov.uk- UK Government)

Melalui definisi tersebut dapat diketahui perdefinisi CSR menurut perspektif pemerintahan Inggris adalah tindakan sukarela yang diambil oleh sebuah bisnis, secara lebih tinggi dari batas minimum kepatuhan, guna mengatasi kepentingan kompetitifnya sendiri dan kepentingan masyarakat luas. Menurut Suharto (2007) tanggungjawab sosial merupakan suatu kepedulian organisasi bisnis untuk bertindak dengan caranya sendiri dalam melayani kepentingan organisasi dan kepentingan eksternal publik. Adapun menurut Fraderick et al. (1994) CSR merupakan prinsip yang menerangkan suatu perusahaan harus bertanggungjawab atas segala efek yang timbul, baik di dalam masyarakat maupun di lingkungan sekitar perusahaan sebagai akibat kegiatan operasionalnya. Dapat ditarik kesimpulan bahwa CSR merupakan suatu kegiatan yang terencana dan terarah sebagai bagian dari



kebijakan perusahaan untuk bertanggungjawab terhadap dampak yang ditimbulkan dari aktivitas operasional perusahaan dalam bidang lingkungan, sosial, dan ekonomi.

## 1.2 Prinsip *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Crowther dan Aras (2008) dalam bukunya membagi prinsip CSR menjadi tiga, yakni sebagai berikut.

- a. *Sustainability* (Keberlanjutan), berfokus pada pengarahannya mengenai bagaimana memanfaatkan sumber daya yang ada saat ini dengan turut memperhitungkan kemampuan masa depan.
- b. *Accountability* (Akuntabilitas), tingkat akuntabilitas dan tanggungjawab perusahaan menentukan legitimasi para pemangku kepentingan eksternal serta dipercaya dapat meningkatkan saham perusahaan. Dengan kata lain, keterbukaan perusahaan atas aktivitas tanggungjawab sosial dapat menentukan respon masyarakat terhadap perusahaan. Agar informasi dalam laporan perusahaan memenuhi kualifikasi, maka karakteristik yang harus dipenuhi menurut Crowther dan Aras (2008) adalah sebagai berikut.
  1. Memahami kemampuan seluruh pihak yang terlibat.
  2. Informasi yang disediakan bersifat relevan bagi seluruh penggunaannya.
  3. Informasi bersifat reliabel dan akurat yang berarti bebas dari kesalahan dan makna ganda.



4. Informasi dapat dibandingkan dari waktu ke waktu antar organisasi yang berbeda untuk membuktikan tingkat konsistensi.

c. *Transparency* (Transparan), merupakan kunci penting bagi pihak eksternal di mana melalui informasi yang transparan dapat mengurangi asimetri informasi atau kesalahpahaman terkait berbagai dampak dari lingkungan.

### 1.3 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Tujuan atas dilaksanakannya pengungkapan CSR adalah supaya perusahaan dapat menyampaikan tanggungjawab sosial yang telah dilaksanakannya dalam periode tertentu. Menurut Sari (2012) CSR dapat diungkap melalui media laporan keuangan tahunan selama kurun waktu satu tahun berjalan. Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) 01 paragraf sembilan secara implisit menyarankan suatu perusahaan untuk mengungkap tanggung jawab atas masalah sosialnya yang berbunyi sebagai berikut.

“Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap karyawan sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting.”



Kewajiban perusahaan untuk melakukan kegiatan tanggungjawab sosial atau CSR di Indonesia telah diatur dalam berbagai kebijakan regulasi sebagai berikut.

a. Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007

pasal 74 tentang Perseroan Terbatas yang menyebutkan:

(1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang

atau berkaitan dengan sumber daya alam, wajib

melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.

(2) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana

dimaksud ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang

dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan

yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan

kepatutan dan kewajaran.

b. Keputusan Menteri BUMN Per-05/MBU/2007 tentang Program

Kemitraan Bina Lingkungan, terdiri atas program penguatan

usaha kecil melalui pemberian pinjaman dana bergulir dan

pendampingan serta program pemberdayaan kondisi sosial

masyarakat sekitar dengan dana yang bersumber dari laba

BUMN.

#### 1.4 Teori Pendekatan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Mardikanto (2014) dalam literaturnya mengungkap terdapat berbagai pendekatan CSR, yakni sebagai berikut.



a. Teori deskriptif. Teori tersebut menyatakan suatu organisasi atau perusahaan melaksanakan kegiatan CSR hanya dengan mengikuti hukum atau sekedar menunjukkan kepada publik bahwa mereka telah melakukan praktik tertentu. Menurut Boesso et al. (2013), teori deskriptif berfokus pada transparansi dan akuntabilitas perusahaan yang dapat direfleksikan melalui cara perusahaan dalam menyediakan informasi tanggungjawab sosial dalam laporan keuangan tahunan yang memiliki indikator *triple bottom line*, yakni sosial, lingkungan, dan ekonomi.

b. Teori instrumental, dalam hal ini CSR merupakan instrumen penciptaan kekayaan untuk memaksimalkan nilai pemegang saham dan pemasaran. Artinya, tanggungjawab entitas kepada masyarakat sejatinya adalah memaksimalkan keuntungan untuk para shareholdersnya (Friedman, 1970). Menurut Garriga & Mele (2004) dalam literturnya, terdapat tiga tujuan ekonomi yang dapat diidentifikasi dari para penganut teori instrumental yakni *maximization of shareholder value*, *the strategic goal of achieving competitive advantages*, dan *cause-related marketing*.

Garriga & Mele (2004) menjabarkan bahwa investasi dalam rangka memenuhi tuntutan sosial yang berdampak pada peningkatan nilai investor dimata masyarakat adalah wajib untuk dilakukan, sementara jika tuntutan sosial tersebut justru menurunkan nilai investor maka investasi tersebut harus ditolak.



Dalam tujuan *strategic goal of achieving competitive advantages*, perusahaan berfokus pada bagaimana langkah strategis dalam upaya pengalokasian sumber daya untuk mencapai tujuan sosial jangka panjang dan menghasilkan keunggulan kompetitif. Sedangkan *cause-related marketing*, menurut Varadjan & Menon (1988) merupakan upaya peningkatan penjualan atau peningkatan hubungan konsumen dengan cara membangun merk melalui dimensi tanggungjawab sosial sehingga tercipta kondisi yang saling menguntungkan.

- c. Teori politik, menurut Garriga & Mele (2004) kelompok penganut teori politik memusatkan perhatiannya pada bagaimana menggunakan tanggungjawab dari kekuatan bisnis dalam arena politik. Terdapat tiga teori utama dalam teori politik menurut Garriga & Mele (2004) yakni *Corporate Constitutionalism* (dikemukakan oleh Davis, 1960), *Integrative Social Contract Theory*, dan *Corporate Citizenship*. Teori *Corporate Constitutionalism* menekankan tanggungjawab sosial perusahaan bergantung pada kekuasaan sosial yang dimiliki perusahaan tersebut, artinya tanggungjawab sosial dalam kekuasaan perusahaan dimanifestasikan melalui peran fungsional organisasi dan manajer dalam masyarakat. Donaldson & Dunfee (1999) mengungkapkan bahwa teori *Integrative Social Contract* bermula dari adanya pertimbangan terkait hubungan bisnis dengan



masyarakat yang didasarkan pada tradisi kontak sosial yang pada akhirnya berimplikasi pada timbulnya kewajiban tidak langsung dari perusahaan untuk masyarakat. Menurut Prayogo (2011), kontrak sosial merupakan kesepakatan yang bersifat implisit dalam arti masyarakat telah memberi legitimasi atas kehadiran dan keberadaan korporasi, sehingga dalam hal ini manfaat ekonomi harus didistribusikan secara merata kepada masyarakat.

Sedangkan teori *Corporate Citizenship* menurut Matten, et al., (2003) adalah berkaitan dengan “*sense of belonging to a community*” atau rasa kepemilikan kepada masyarakat. Artinya, bisnis harus memperhatikan masyarakat sekitar dimana perusahaan beroperasi.

- d. Teori integratif. Dalam hal ini korporasi berfokus pada pemberian respon terhadap tuntutan sosial untuk mencapai legitimasi sosial, penerimaan sosial, dan prestige (Garriga & Mele, 2004). Beberapa pendekatan dalam teori integratif menurut Garriga dan Mele (2004) adalah *issues management*, *the principle of public responsibility*, *stakeholder management*, dan *corporate social performance*. Lebih dalam, pendekatan *issues management* menekankan pada proses pemberian respon oleh perusahaan terhadap masalah-masalah sosial dan berfungsi sebagai peringatan atas potensi timbulnya ancaman-ancaman lingkungan sehingga perusahaan terbebas dari guncangan akibat perubahan



sosial dan politik. Pendekatan *principle of public responsibility* pertama kali diungkap oleh Preston dan Post (1981) yang menekankan pentingnya proses publik dalam mendefinisikan lingkup dari tanggungjawab, daripada sekedar pandangan terkait minat suatu kelompok tertentu. Dalam hal ini legitimasi perilaku manajerial perusahaan dapat direfleksikan melalui kerangka kebijakan yang relevan yang tidak hanya berisi aturan dan perundang-undangan, melainkan pola yang luas dan terarah yang terefleksikan dalam opini publik, isu sosial, kebutuhan, hukum formal, dan praktik-praktik implementasi. Pendekatan *stakeholder management* merupakan pendekatan yang berorientasi pada stakeholder atau pihak-pihak yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh kebijakan atau praktik perusahaan (Garriga & Mele, 2004). Pendekatan *corporate social performance*, menurut Garriga & Mele (2004) merupakan pendekatan yang mencari legitimasi sosial melalui tiga elemen yakni definisi dasar dari tanggungjawab sosial, daftar isu yang menimbulkan tanggungjawab sosial, dan filosofi dari respon terhadap isu-isu sosial.

Beberapa teori yang lain terkait pendekatan CSR adalah sebagai berikut.



1) *Stakeholder Theory*, menurut Ghozali & Chariri (2007) dalam literaturinya, perusahaan bukanlah entitas yang sekedar beroperasi untuk kepentingannya sendiri melainkan harus memberi manfaat bagi para stakeholdernya. Teori stakeholder menjelaskan bahwa seluruh stakeholder memiliki hak untuk memperoleh informasi terkait aktivitas perusahaan yang dapat berpengaruh terhadap pengambilan keputusan mereka. Dalam teori stakeholder, terjadinya pergeseran orientasi dalam dunia bisnis dari shareholder kepada stakeholder dinilai menjadi penyebab munculnya isu tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut Gray et al. (1988) kelangsungan hidup suatu perusahaan sangat bergantung pada dukungan stakeholder dan dukungan tersebut harus dicari, sehingga dalam hal ini aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut melalui upaya pengungkapan informasi yang andal dan relevan mengenai aktivitas operasi perusahaan dan membantu para stakeholder dalam pengambilan keputusan. Adapun menurut Mardikanto (2014) dalam literaturinya, pemangku kepentingan menyebabkan organisasi memahami dengan mudah akan kewajiban dan tanggung jawab mereka dengan para pemangku kepentingan. Terdapat premis dasar teori stakeholder yang berbunyi, “Semakin kuat hubungan korporasi bisnis, maka hubungan dengan kelompok eksternal dalam pengembangan keunggulan kompetitif akan semakin



mudah dan sebaliknya”. Octavia (2012) dalam literturnya menuturkan bahwa keberhasilan usaha suatu perusahaan sangat ditentukan oleh keberhasilan manajemen perusahaan dalam membina hubungan antara perusahaan dengan para pemangku kepentingan.

- 2) *Signaling Theory*, dicetuskan pertama kali terkait terjadinya asimetri informasi di pasar (Morris, 1987) di mana manajemen diyakini memiliki informasi yang lengkap dan akurat terkait nilai perusahaan yang tidak diketahui oleh investor luar. Teori ini berfokus pada upaya pengungkapan informasi yang dapat menjadi nilai tambah dan daya tarik bagi investor atau pemegang saham. Pemberian sinyal kepada investor dapat dilakukan melalui berbagai cara seperti pembagian dividen kas yang pada dasarnya secara implisit menginformasikan bahwa perusahaan dalam kondisi keuangan yang baik. Selain itu, pelaksanaan CSR dapat dijadikan sinyal bahwa perusahaan memiliki komitmen untuk menyisihkan dana dari laba untuk kepentingan tanggungjawab sosial dan mampu menjamin keberlangsungan usahanya.

### 1.5 Kategori Program *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Kotlor dan Lee dalam literature Solihin (2011) mengungkapkan terdapat enam kategori program CSR, yakni sebagai berikut.

1. *Cause Promotion*. Dalam kategori ini, perusahaan menyediakan dana atau sumber daya lain untuk tujuan meningkatkan kesadaran



masyarakat terhadap isu atau masalah sosial dalam bentuk dukungan pengumpulan dana, partisipasi dalam pelaksanaan program, dan *volunteering* dalam kegiatan lain.

2. *Cause Related Marketing*. Dalam kategori ini, perusahaan berkomitmen untuk secara konsisten menyisihkan sebagian dari persentase laba untuk kegiatan sosial yang dikemas dalam bentuk tertentu dan waktu tertentu.

3. *Corporate Societal Marketing*. Dalam kategori ini, perusahaan melakukan kampanye sosial yang berfokus pada upaya perubahan perilaku dan pemberian motivasi pada masyarakat untuk peduli pada kesehatan dan keselamatan publik, peningkatan kelestarian lingkungan, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

4. *Corporate Philanthropy*. Dalam kategori ini, perusahaan secara langsung memberikan bantuan kepada masyarakat yang umumnya berbentuk uang tunai, paket bantuan, atau pemberian layanan secara cuma-cuma. Dalam arti lain, kategori *corporate philanthropy* berkaitan dengan aksi sosial yang menjadi prioritas bagi perusahaan.

5. *Community Volunteering*. Dalam kategori ini, perusahaan mendorong para karyawan atau para mitra bisnis untuk secara sukarela memberikan bantuan terhadap organisasi atau masyarakat sasaran program.



6. *Socially Responsible Business Practice*. Dalam kategori ini, perusahaan melaksanakan investasi yang dipercaya dapat mendukung dan meningkatkan kesejahteraan komunitas dan lingkungan hidup.

#### 1.6 Pengukuran *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Keberlanjutan perusahaan bergantung pada seberapa besar tanggungjawab perusahaan atas dampak yang ditimbulkan dari aktivitas perusahaan. Tanggungjawab sosial dikomunikasikan kepada stakeholder melalui pengungkapan CSR dengan berpedoman pada standar yang berlaku yakni GRI. Berikut merupakan dimensi masing-masing pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan menurut pedoman GRI (2013).

- a. Dimensi keberlanjutan ekonomi. Santosa (2012) dalam penelitiannya menemukan bahwa CSR didominasi oleh dimensi ekonomi sosial dibanding dimensi kesukarelaan yang berbasis nilai etika dan moral. Dapat disimpulkan bahwa perusahaan melakukan kegiatan tanggungjawab sosial dengan konsekuensi biaya yang melingkupinya yang didasarkan bentuk rasionalitas perusahaan untuk meningkatkan nilai ekonomi.
- b. Dimensi keberlanjutan lingkungan. Dimensi ini berkaitan dengan dampak organisasi pada sistem alam baik hayati maupun non hayati. Hasil penelitian William (2012) menunjukkan terdapat pengaruh positif dari besarnya skor pengungkapan lingkungan perusahaan terhadap nilai perusahaan. Dengan kata



lain, pelestarian lingkungan kini menjadi perhatian dan bahkan menjadi dasar pengambilan keputusan dalam berinvestasi oleh para investor dan stakeholder.

- c. Dimensi sosial atau ketenagakerjaan. Sejalan dengan hasil penelitian William (2012), investor dan stakeholder di Indonesia terbukti memperhatikan pengungkapan CSR dalam proses pengambilan keputusan berinvestasi. Hal tersebut terjadi karena dalam hal ini calon investor dan stakeholder mempertimbangkan bagaimana perusahaan dapat bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya dan bagaimana perusahaan berkontribusi terhadap lingkungan sosial demi terjaminnya kelangsungan hidup perusahaan.
- d. Dimensi Hak Asasi Manusia. Dalam pedoman GRI 4 (2013) disebutkan dimensi HAM membahas sejauh mana proses pelaporan tanggungjawab sosial telah diterapkan untuk insiden pelanggaran HAM dan perubahan kemampuan stakeholder dalam menggunakan dan mendapat hak mereka. Adapun masalah HAM mencakup non-diskriminasi, kesetaraan gender, kebebasan berserikat, perjanjian kerjasama, pekerja anak, dan hak-hak adat.

e. Dimensi sosial masyarakat.

f. Dimensi tanggung jawab atas produk. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nurmiyati (2009) dihasilkan bahwa



semakin tinggi citra merk, maka semakin tinggi citra perusahaan.

Dalam praktiknya, sebuah perusahaan hendaknya selalu mengembangkan produknya agar sesuai dengan permintaan pasar.

### 1.7 Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Prinsip dasar CSR yakni memberdayakan masyarakat agar terjadi peningkatan taraf perekonomian sehingga masyarakat menjadi lebih makmur dan sejahtera baik secara finansial maupun non finansial. Ketika terjadi hubungan yang tidak harmonis antara masyarakat dengan perusahaan maka dapat diindikasikan bahwa CSR belum sepenuhnya diterima oleh masyarakat. Hal tersebut sejalan dengan teori legitimasi yang menyatakan bahwa dalam melaksanakan aktivitas operasionalnya, perusahaan harus menyesuaikan norma dan peraturan yang berlaku di lingkungan sekitar sehingga apa yang telah dikerjakan perusahaan tersebut menjadi sah dan dapat diterima oleh pihak luar (Natalia dan Tarigan, 2014). Dalam arti lain, ketika suatu perusahaan memberikan kontribusi sosial, maka keberadaan dan aktivitas perusahaan akan mendapat pengakuan dan izin dari masyarakat sekitar. Dengan begitu dapat dijabarkan bahwa manfaat CSR menurut pedoman GRI 4.0 (2013) bagi perusahaan adalah sebagai berikut.

- a. Mendapat lisensi untuk beroperasi secara sosial.
- b. Membuka peluang pasar lebih luas.
- c. Memperbaiki hubungan dengan stakeholder.
- d. Memperbaiki hubungan dengan regulator atau pemerintah.



- e. Mereduksi biaya lingkungan.
- f. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan citra merk perusahaan.
- g. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.

### 1.8 **Global Reporting Initiative (GRI)**

*Global Reporting Initiative (GRI)* merupakan sebuah organisasi yang mempromosikan penggunaan pelaporan keberlanjutan sebagai cara bagi suatu organisasi untuk menjadi lebih berkelanjutan dan terus berkontribusi terhadap pembangunan yang berkelanjutan. Adapun misi GRI adalah membuat laporan keberlanjutan praktek standar untuk seluruh perusahaan dan organisasi (Pedoman G4, 2013). Terdapat tiga standar laporan keberlanjutan yang ditetapkan oleh GRI yakni GRI 3.0, GRI 3.1, dan GRI 4.0. Yang terbaru adalah standar GRI 4.0 yang terdiri atas 9 item indikator ekonomi, 34 item indikator lingkungan, dan 48 item indikator sosial (Pedoman GRI 4, 2013). GRI 4.0 memuat berbagai perubahan signifikan dibandingkan dengan standar sebelumnya, yang dirumuskan sebagai tonggak penting perusahaan atau organisasi dalam rencana dan praktik pembangunan yang berkelanjutan (Priyanka, 2013).

Dilansir dari Harian Ekonomi NERACA (2014), fokus pertama dalam perubahan GRI 4.0 adalah terkait isu-isu material, di mana materialitas yang digambarkan dalam GRI 4.0 merupakan bentuk persilangan antara signifikansi dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan



dengan pengaruhnya terhadap penilaian dan keputusan stakeholder. Fokus kedua yakni menghilangkan “*application level*” yang ada dalam pedoman GRI sebelum 4.0 sebagai bentuk tanggapan pakar yang menilai bahwa menggunakan level aplikasi tersebut menimbulkan kesalahpahaman bagi perusahaan atau organisasi yang menerapkannya. Kebanyakan organisasi atau perusahaan justru berlomba-lomba mengungkap sebanyak mungkin indikator yang tersedia dalam GRI untuk mencapai level atau predikat A. Adapun fokus ketiga yakni ekspansi batas-batas pelaporan, dalam hal ini masing-masing organisasi atau perusahaan harus mengulas laporan berkelanjutan secara menyeluruh dimulai dari rantai pasokan hingga rantai pasar. Fokus keempat yakni penekanan dalam unsur tata kelola dan etika, di mana dalam GRI 4.0 ditunjukkan bagaimana fungsi organisasi pengawas dan bagaimana peran sumber daya manusia lainnya.

Terdapat dua opsi pengungkapan standar pelaporan keberlanjutan yang dipersyaratkan oleh GRI 4.0, yakni opsi sesuai “Inti” dan opsi sesuai “Komprehensif” (Pedoman GRI, 2013). Suatu organisasi diberi kebebasan untuk memilih opsi sesuai “Inti” maupun opsi sesuai “Komprehensif”, sesuai dengan kebutuhannya. Organisasi yang dalam operasionalnya diyakini memberikan efek yang cukup besar terhadap kondisi lingkungan, dipersyaratkan untuk menggunakan opsi “Komprehensif” (Pedoman GRI, 2013). Adapun variabel dalam pengukuran metode GRI 4.0 terdiri atas:



- a. Indikator kinerja ekonomi, terdiri atas kinerja ekonomi, keberadaan pasar, dampak ekonomi secara tidak langsung, dan praktik pengadaan.
- b. Indikator kinerja lingkungan, terdiri atas bahan air dan energi, keragaman hayati, emisi, produk dan jasa, kepatuhan, transportasi, dan lain sebagainya.
- c. Indikator praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja, terdiri atas kepegawaian, hubungan industrial, kesehatan dan keselamatan kerja, pelatihan dan pendidikan, keberagaman dan kesetaraan peluang, kesetaraan gender, asesmen pemasok atas praktik ketenagakerjaan, serta mekanisme pengaduan masalah terkait ketenagakerjaan.
- d. Indikator HAM, terdiri atas investasi, non diskriminasi, kebebasan berserikat, pekerja anak, pekerja paksa atau wajib kerja, praktik pengaman, hak adat, asesmen pemasok atas HAM, dan mekanisme pengaduan masalah HAM.
- e. Indikator masyarakat, terdiri atas masyarakat lokal, anti korupsi, kebijakan publik, anti persaingan, kepatuhan, asesmen pemasok terkait dampak terhadap masyarakat, serta mekanisme pengaduan dampak terhadap masyarakat.
- f. Indikator tanggung jawab atas produk, terdiri atas kesehatan dan keselamatan pelanggan, pelabelan produk dan jasa, komunikasi pemasaran, privasi pelanggan, dan kepatuhan.



### 1.9 Konsep Pelaporan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berdasarkan *Global Reporting Initiative* (GRI)

Menurut Cheng dan Christiawan (2011), konsep pelaporan CSR gagasan GRI merupakan konsep pelaporan keberlanjutan sebagai akibat adanya konsep pengembangan ketahanan. GRI menyebutkan bahwa organisasi harus menjabarkan dampak aktivitasnya terhadap ekonomi, lingkungan, dan sosial yang diperluas menjadi enam dimensi yakni ekonomi, lingkungan, praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja, masyarakat, HAM, dan tanggung jawab atas produk. Dalam hal ini suatu organisasi atau perusahaan dapat memutuskan konsep CSR yang akan dilaksanakan dan dilaporkan sesuai dengan kategori dan berbagai teori yang telah ada.



### BAB III

## METODE PENELITIAN

#### 1.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini digunakan jenis penelitian kualitatif, yakni penelitian yang didasarkan oleh upaya membangun pandangan atas suatu objek yang diteliti dan kemudian direfleksikan melalui kata-kata. Dengan kata lain, di dalam penelitian kualitatif tidak digunakan prosedur analisis statistik atau cara kuantifikasi lainnya. Menurut Denzin dan Lincoln (1987) dalam Moleong (2017:5), penelitian kualitatif menggunakan latar alamiah, yakni menafsirkan suatu fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Selain itu, terdapat tujuh teori yang menunjang pendekatan kualitatif yaitu teori fenomenologi, interaksi simbolik, teori kebudayaan, etnometodologi, etnografi, penelitian lapangan, dan grounded theory. Namun yang menjadi landasan pokok dalam suatu penelitian kualitatif ialah teori fenomenologi.

Dalam Moleong (2017) disebutkan terdapat lima pendekatan yang dapat digunakan dalam penelitian kualitatif, antara lain adalah *panel studies*, *case studies*, *cohort studies*, *life history studies*, dan *documentary analysis*. Dalam penelitian ini secara lebih tepat digunakan pendekatan *documentary analysis* dan studi kasus, yakni pendekatan yang dalam proses analisisnya didasarkan



atas dokumen-dokumen material. Adapun sumber dokumen material dalam pendekatan *documentary analysis* ialah dokumen yang bersifat statik atau dapat digunakan kembali oleh peneliti untuk menggali informasi lebih dalam di kemudian hari. Selanjutnya, peneliti dapat membandingkan dengan bukti dokumen dari satu periode atau lebih dalam melakukan penelitian. Sedangkan pendekatan studi kasus menurut Rahardjo dan Gudnanto (2011:250) dalam bukunya ialah pendekatan dengan tujuan memahami objek penelitian secara komprehensif dan integratif sehingga diperoleh suatu pemahaman mendalam terkait objek tersebut beserta masalah yang dihadapi. Jenis studi kasus dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan yang pemilihan atas jenis studi tersebut dilatarbelakangi oleh rumusan masalah dan tujuan dari penelitian ini, yakni pengungkapan kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility*) PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk periode 2013-2017.

## 1.2 Jenis Data dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data dokumenter, yakni data yang memuat informasi mengenai apa, siapa, kapan, di mana, berapa, serta bagaimana sebuah fenomena terjadi. Data dokumenter yang digunakan berupa laporan keuangan tahunan perusahaan yang di dalamnya memuat informasi kegiatan CSR yang dilakukan oleh Telkom Indonesia periode 2013-2017, jurnal, artikel, serta informasi atau berita dari media online. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder.



Menurut Sekaran (2011), data sekunder merupakan data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada seperti catatan atau dokumentasi perusahaan, publikasi pemerintah, analisis industri oleh media, situs web, dan lain sebagainya. Sehingga, data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan kegiatan CSR tahun 2013-2017 yang tertuang dalam laporan keuangan tahunan Telkom Indonesia.

### 1.3 Objek Penelitian dan Situs Penelitian

Objek yang diteliti dalam penelitian ini ialah pengungkapan kegiatan CSR yang dilakukan oleh Telkom Indonesia. Perlu ditegaskan kembali bahwasannya penelitian terbatas pada analisis pengungkapan kegiatan CSR. Alasan pemilihan Telkom Indonesia sebagai objek penelitian adalah bahwa Telkom Indonesia merupakan perusahaan BUMN yang bergerak dalam sektor telekomunikasi yang telah menawarkan sahamnya pada publik lebih dahulu dan dengan nilai penjualan tertinggi dibandingkan dengan empat perusahaan telekomunikasi lainnya. Selain itu, Telkom Indonesia menjadi salah satu perusahaan yang memperoleh penghargaan atas keberhasilannya dalam membangun awareness dan kepedulian pada sebuah gerakan sosial. Kampanye sosial milik Telkom Indonesia, yakni InternetBAIK dinilai oleh Khofifah Indar (Mensos RI) sebagai wujud CSR perusahaan yang dapat disinergikan bersama pemerintah Indonesia untuk mewujudkan pembangunan dalam bidang ekonomi, sosial, dan lingkungan hidup sebagai upaya pengentasan kemiskinan.



Lembaga riset ENCIETY turut menyatakan selama dua tahun terakhir yakni 2017 dan 2018 CSR Telkom Indonesia menunjukkan CSR Index di atas 70 persen yang berarti istimewa.

#### 1.4 Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini ialah laporan keuangan tahunan yang telah dipublikasikan oleh Telkom Indonesia. Dengan demikian, metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah metode dokumentasi. Penulis turut menggunakan metode studi kepustakaan, yakni upaya perolehan informasi untuk melengkapi data dokumentasi perusahaan melalui website resmi perusahaan maupun melalui situs website lainnya.

#### 1.5 Analisis Data

Adapun tahapan analisis data dalam penelitian ini dijabarkan sebagai berikut.

1. Mengumpulkan seluruh data yang diperlukan dan berkaitan dengan objek penelitian melalui website perusahaan dan atau website Bursa Efek Indonesia. Adapun data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah laporan pelaksanaan kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility*) Telkom Indonesia yang diungkapkan dalam laporan keuangan tahunan perusahaan atau disebut dengan *annual report*.



2. Melakukan analisis konten pada data yang telah diperoleh. Analisis konten dilakukan dengan membaca laporan keuangan tahunan perusahaan secara menyeluruh guna memperoleh informasi yang diperlukan.
3. Melakukan pengkodean atas informasi atau data yang diperoleh dalam laporan kegiatan CSR yang tertuang dalam laporan keuangan tahunan Telkom Indonesia periode 2013-2017.
4. Membandingkan data yang telah ditandai (sesuai tahap tiga) dengan Indeks Standar GRI yang bertujuan untuk mengetahui apakah informasi atau data yang diungkap Telkom Indonesia dalam laporan kegiatan CSR telah sesuai dengan standar yang berlaku umum.
5. Menyimpulkan bagaimana pengungkapan kegiatan CSR pada PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk.



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 1.1 Gambaran Umum Perusahaan

##### 1.1.1 Profil PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk

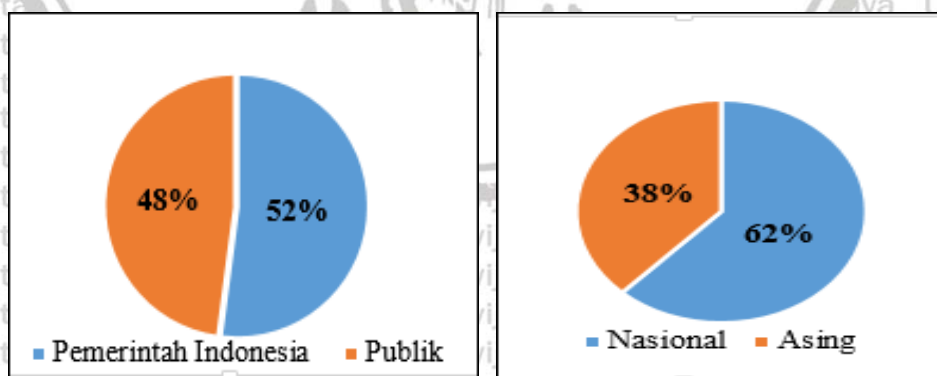
PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam sektor telekomunikasi dan informasi, media dan *edutainment*, serta infrastruktur telekomunikasi milik Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Indonesia. Telkom Indonesia resmi didirikan pada 19 November 1991 dengan kantor pusat terletak di Gedung Graha Merah Putih, Bandung. Telkom Indonesia mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan New York Stock Exchange (NYSE) pertama kali pada tanggal 14 November 1995 (*Annual Report*, 2013). Telkom Indonesia memiliki beberapa entitas anak, di antaranya adalah PT Telekomunikasi Seluler (Telkomsel), PT Telkom Akses, PT Graha Sarana Duta, PT Patra Telekomunikasi Indonesia, PT Multimedia Nusantara, dan lain sebagainya.

Seperti yang dinyatakan dalam Laporan Tahunan Telkom Indonesia tahun 2016, pada tahun 1999 perusahaan industri telekomunikasi mengalami perubahan dalam skala besar sebagai imbas penerbitan UU No. 36 Tentang Undang Undang Telekomunikasi yang berlaku efektif September tahun 2000 yang berisi pedoman pengaturan reformasi industri telekomunikasi dengan tujuan persaingan sehat dalam bidang *infocomm*.

Sepanjang tahun 2000, seiring dengan semakin berkembangnya aplikasi digital berbasis internet, Telkom Indonesia melakukan transformasi



revolusi untuk menghadapi disrupsi digital melalui berbagai pendekatan seperti membangun *customer centric organization*, mengembangkan infrastruktur, melakukan inovasi model bisnis dan lain sebagainya. Telkom Indonesia berkomitmen untuk mempertahankan lingkungan industrinya yang terbukti kompetitif hingga saat ini. Dalam laman sejarah yang tertuang sebagai bagian dari laporan tahunan (2013), pada tahun 2012 Telkom Indonesia melakukan *reconfiguring* terhadap jenis perusahaannya, yakni dari TIME (Telekomunikasi, Informasi, Media, Edutainment) menjadi TIMES (Telekomunikasi, Informasi, Media, Edutainment, dan Services). Per tanggal 31 Desember 2017, posisi pemegang saham Telkom Indonesia terbagi atas kepemilikan pemerintah sebesar 52,09 persen dan kepemilikan publik sebesar 47,91 persen (*Annual Report*, 2017). Dari total 100 persen kepemilikan nasional, di dalamnya terdapat 38,0 persen saham yang dimiliki asing. Struktur komposisi saham Telkom Indonesia tersebut dapat diilustrasikan melalui gambar berikut ini.



Sumber: Data diolah sendiri

Gambar 4.1 Komposisi Pemegang Saham Telkom Indonesia Per Tahun 2017



Salah satu capaian luar biasa yang diraih Telkom Indonesia adalah keberhasilannya mempertahankan status perusahaan telekomunikasi paling bernilai di Asia Tenggara sekaligus menjadi perusahaan nomor satu di Indonesia (Kompas, Juni 2018). Predikat tersebut menjadikan Telkom Indonesia berhasil memenangkan pasar domestik serta merambah pasar internasional (CNBC Indonesia, 2018). Hingga akhir tahun 2017 Telkom Indonesia terus berfokus pada upaya-upaya inovasi produk dan jasa yang dirancang hingga tahun 2021 dalam rangka mendorong ekonomi digital Indonesia.

#### 1.1.2 Visi dan Misi PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk

Menurut Drohan dalam Cardani (2000), visi diartikan sebagai berikut.

*“A vision statement pushes the association toward some future goal or achievement.”*

Artinya, sebuah visi merupakan instrumen asosiasi dalam mencapai tujuan atau cita-cita di masa depan. Sedangkan menurut Wibisono (2006), visi merupakan hal yang krusial untuk menjamin kelestarian dan kesuksesan jangka panjang organisasi atau perusahaan yang tertuang dalam bentuk rangkaian kalimat yang menyatakan cita-cita atau impian yang ingin dicapai di masa depan. Dapat disimpulkan bahwa visi merupakan kalimat acuan perusahaan dalam menggapai cita-citanya. Visi dari perusahaan Telkom Indonesia adalah *“Be The King of Digital In The Region”*, yang berarti Telkom Indonesia bertransformasi menuju Digital Telco melalui



penguatan konektivitas *broadband*, pengembangan platform media digital, dan peningkatan layanan jasa berbasis digital beserta solusi (*Annual Report*, 2103). Telkom Indonesia turut melakukan digitasi proses bisnis internal dan mengadopsi budaya digital. Ketiga hal tersebut ditujukan untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang terbaik, meningkatkan daya saing, serta untuk mempertahankan posisi perusahaan tetap berada di sepuluh besar kapitalisasi pasar perusahaan telekomunikasi di kawasan Asia Pasifik pada tahun 2020 mendatang.

Pengertian misi menurut Stone dalam Cardani (2000) adalah sebagai berikut:

*“Corporate mission statement are the operational, ethical, and financial guiding lights of companies. They are not simply mottoes or slogans, they articulates the goals, dreams, behavior, culture, and strategic of companies.”*

Artinya, misi merupakan cahaya petunjuk operasional, etika, dan keuangan perusahaan. Misi bukanlah sekadar motto atau slogan biasa, tetapi misi mengartikulasikan tujuan, impian, perilaku, budaya, dan strategi perusahaan. Menurut Drucker (2008), misi merupakan alasan mendasar eksistensi suatu organisasi yang mampu menentukan batas dan maksud dari aktivitas bisnis perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa misi merupakan langkah-langkah perusahaan dalam mencapai cita-cita. Adapun misi Telkom Indonesia adalah *“Lead Indonesian Digital Innovation and Globalization”*, yang artinya memimpin inovasi dan globalisasi digital Indonesia. Misi menjadi pemimpin inovasi digital Indonesia ditempuh



melalui beberapa strategi berikut: (1) Telkom Indonesia menjadi pelopor peranan aktif untuk meningkatkan daya saing Indonesia, (2) Untuk menjadi perusahaan digital terkemuka, Telkom Indonesia harus menjadi panutan dalam mengembangkan ekosistem digital dan kolaborasi untuk melakukan berbagai inovasi, dan (3) Telkom Indonesia turut andil dalam mempromosikan dan memberdayakan inovasi dan pengembangan digital lokal.

Misi untuk memimpin era globalisasi ditempuh melalui strategi memanfaatkan inovasi digital Indonesia untuk terus bersaing secara global.

Berbagai upaya ditetapkan untuk mencapai misi tersebut, salah satunya ialah membentuk budaya perusahaan yang wajib dijunjung tinggi serta diterapkan oleh seluruh komponen perusahaan. Budaya perusahaan yang dimaksud adalah “The Telkom Way” yang ditetapkan dengan mengacu pada konsep pengelolaan Telkom Group yang didasarkan pada elemen 8S, yakni *Spirituality* (Spiritualitas), *Style* (Gaya), *Shared Values* (Nilai bersama), *Strategy* (Strategi), *Staff* (Staf), *Skill* (Ketrampilan), *System* (Sistem), dan *Structure* (Struktur).

### 1.1.3 Struktur Organisasi PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk

Menurut Hasibuan (2004:128) struktur organisasi adalah gambaran tipe organisasi, pendepartemenan organisasi, kedudukan dan jenis wewenang pejabat, bidang dan hubungan pekerjaan, garis perintah dan tanggungjawab, rentang kendali dan sistem pimpinan organisasi. Melalui hierarki pembagian tugas dan wewenang yang jelas pula, cita-cita

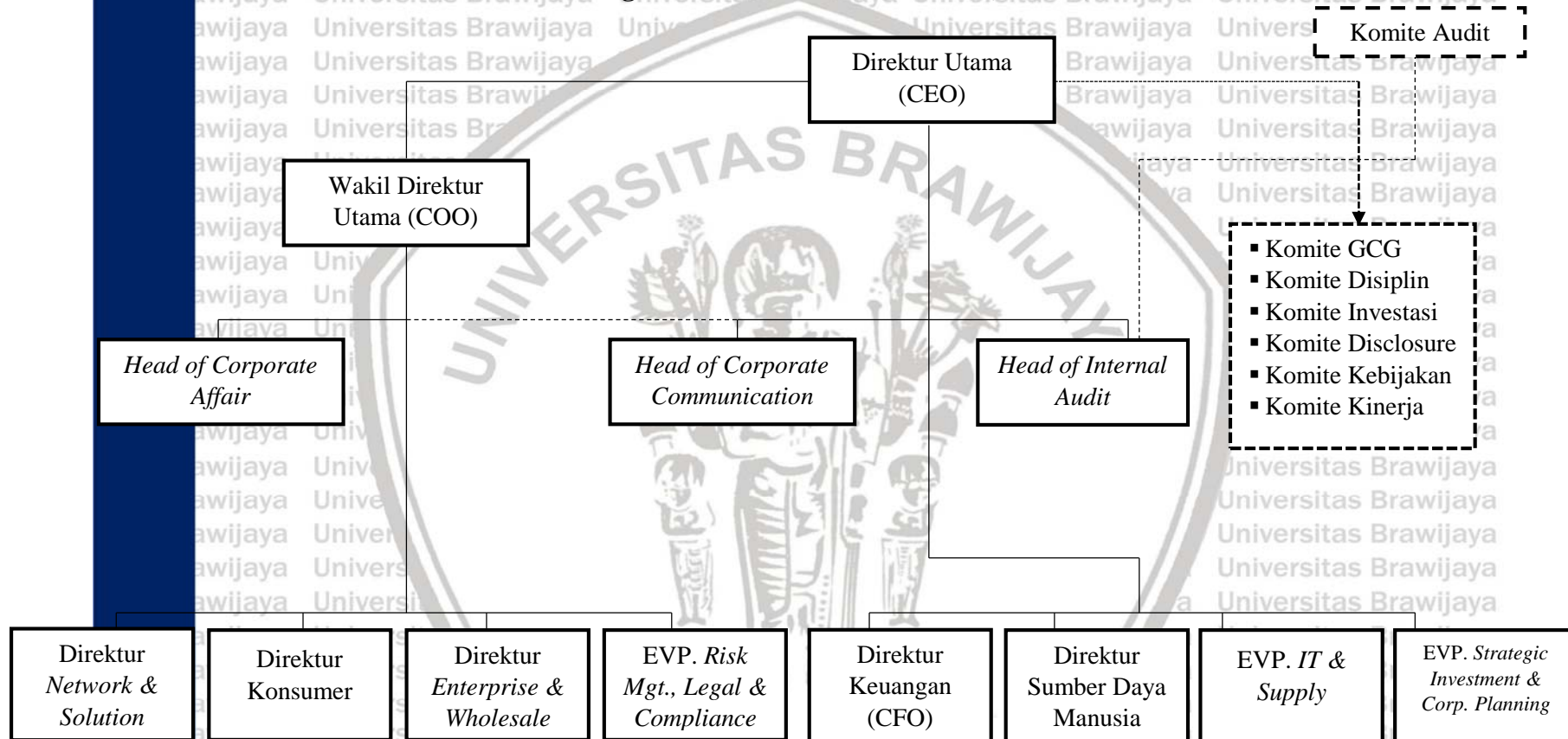


perusahaan dapat tercapai di mana setiap anggota bertanggung jawab atas kewajibannya dan secara bersama-sama menjunjung tinggi harapan tercapainya tujuan perusahaan. Berikut merupakan ilustrasi struktur organisasi Telkom Indonesia.





### Struktur Organisasi PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk



Gambar 4.2. Struktur Organisasi PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk



Adapun penjabaran tugas atas struktur organisasi sesuai yang tertuang dalam *Annual Report* periode 2013-2017 adalah sebagai berikut.

1. Direktur Utama (CEO), bertugas untuk:
  - a. Mengkoordinir Direksi,
  - b. Mengendalikan langsung direktur yang memimpin Direktorat pada *corporate office* dalam penyelenggaraan operasional fungsinya.
  - c. Mengendalikan direktur yang memimpin Direktorat pada *operating business*.
2. Wakil Direktur Utama (COO), bertugas membantu Direktur Utama dalam mengintegrasikan penyelenggaraan operasional Direktorat-Direktorat yang berada dalam kelompok *Operating Business* serta fungsi *Corporate Support* yang berkaitan dengan risiko, hukum, hak, serta kepentingan-kepentingan lain perusahaan.
3. Direktur Keuangan (CFO), bertugas mengelola dan mengendalikan keuangan perusahaan serta melakukan pengendalian penyelenggaraan aktivitas keuangan secara terpusat.
4. VP. *Management Accounting*, bertugas untuk:
  - a. Mengarahkan penjabaran *Corporate Strategy Scenario* (CSS) dalam bentuk proyeksi keuangan tahunan per unit bisnis ke dalam bentuk



konfigurasi target tahunan serta mengkomunikasikannya kepada unit bisnis dan anak perusahaan.

b. Menetapkan panduan penyusunan Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan (RKAP) berupa format, asumsi, prioritas, kalender anggaran, rasio keuangan, biaya standar sekaligus merekomendasikan strategi, kebijakan, serta prosedur.

c. Mengkoordinasikan penjabaran target keuangan dan sasaran bisnis perusahaan dalam bentuk proyeksi, neraca, dan rencana arus kas dalam satu tahun anggaran tertentu.

d. Merumuskan kebijakan *transfer pricing*, menetapkan formula imbal jasa, serta mengendalikan implementasinya.

e. Menetapkan struktur biaya perusahaan dan merumuskan hasil perhitungan biaya produk berdasarkan pendekatan metode biaya tertentu.

5. Direktur Sumber Daya Manusia, bertugas memberdayakan seluruh sumber daya manusia Telkom Indonesia untuk merealisasikan strategi perusahaan serta mengendalikan penyelenggaraan operasional manajemen SDM secara terpusat.

6. EVP. IT & Supply, bertugas untuk:



- a. Memastikan terkendalinya pengelolaan logistik perusahaan, khususnya yang mempersyaratkan pengelolaan secara terpusat dalam rangka pengendalian efisiensi serta demi tercapainya standar kualitas dalam pengelolaan bisnis.
  - b. Memastikan terselenggaranya proses identifikasi dan administrasi aset Telkom Indonesia, serta terkendalinya pendayagunaan aset perusahaan.
  - c. Memastikan efektivitas pendayagunaan sistem informasi Telkom Indonesia yang dilaksanakan secara terintegrasi, efisien, dan mendukung terciptanya keunggulan bisnis yang kompetitif.
7. EVP. *Strategic Investment & Corporate Planning*, bertugas memastikan tersusunnya rencana strategi dan bisnis untuk memberi acuan yang memadai dalam upaya pencapaian tujuan Telkom Indonesia.
  8. Direktur *Network & Solution*, bertugas mengintegrasikan penyelenggaraan pengelolaan infrastruktur dan jasa yang dikelola dalam satu manajemen secara fokus dan terintegrasi.
  9. Direktur Konsumer, bertugas mengintegrasikan penyelenggaraan fungsi saluran pengiriman dan layanan konsumen pada segmen retail yang dikelola dalam satu manajemen secara fokus dan terintegrasi.
  10. EGM. Divre V, bertugas menjamin tercapainya tujuan bisnis yang diselenggarakan melalui operasi Divisi Regional di wilayah geografisnya.



11. Direktur *Enterprise & Wholesale*, bertugas mengintegrasikan penyelenggaraan pengelolaan fungsi saluran pengiriman dan layanan konsumen pada segmen *enterprise* dan *wholesale* yang dikelola dalam satu manajemen secara terintegrasi.

12. EVP. *Risk Management, Legal, & Compliance*, bertugas memimpin unit organisasi *Corporate Office* yang berperan sebagai unit pendukung pengelola pengendalian potensi risiko dari seluruh unit bisnis.

13. *Head of Corporate Affair*, bertugas menjamin efektivitas penyelenggaraan aktivitas pengendalian sinergi operasi serta menjamin kesiapan rekomendasi kebijakan pengelolaan kinerja unit.

14. *Head of Corporate Communication*, bertugas menjamin terkondisinya kepercayaan pemangku kepentingan dan komunitas pasar modal atas informasi yang diberikan Telkom Indonesia terkait aksi korporasi serta menjamin terjaganya ketaatan dengan berbagai regulasi sekuritas dan terpenuhinya berbagai tuntutan terhadap kecukupan pemenuhan *disclosure*.

15. *Head of Audit Internal*, bertugas menjamin efektivitas penyelenggaraan aktivitas internal audit yang dilaksanakan dengan mengimplementasikan SOA 302/404 yang dikelola dengan pendekatan *risk based audit*. Tugas lain yakni menjamin terselenggaranya koordinasi dan kerjasama yang



efektif baik dengan seluruh pihak internal perusahaan maupun dengan pihak eksternal (KAP), memastikan bahwa risiko bisnis pada seluruh aktivitas bisnis telah dikelola secara memadai dengan sistem pengendalian internal yang dilaksanakan secara efektif dan konsisten.

#### **1.1.4 Kegiatan Operasional PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk**

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup Telkom Indonesia adalah menyelenggarakan jaringan dan layanan telekomunikasi, informatika, serta optimalisasi sumber daya perusahaan. Untuk mencapai tujuan tersebut, Telkom Indonesia membagi kegiatan bisnisnya menjadi dua (Laporan Keberlanjutan, 2015), yakni sebagai berikut.

1. Bisnis Utama, terdiri atas perencanaan, pembangunan, penyediaan, pengembangan, pengoperasian, pemasaran, dan pemeliharaan jaringan telekomunikasi dan informatika dalam arti dan cakupan yang luas dengan konsisten memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Selain itu, turut dilakukan penyertaan modal pada perusahaan lain untuk mencapai maksud dan tujuan Telkom Indonesia.
2. Bisnis Penunjang, terdiri atas:
  - a. Penyediaan jasa transaksi pembayaran dan pengiriman uang melalui jaringan telekomunikasi dan informatika.



- b. Penyelenggaraan kegiatan usaha dan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya yang dimiliki Telkom Indonesia, seperti pemanfaatan aset tetap dan bergerak, fasilitas sistem informasi, fasilitas pendidikan dan pelatihan, serta fasilitas pemeliharaan dan perbaikan.
- c. Bekerja sama dengan pihak lain dalam rangka pengoptimalan sumber daya informatika, komunikasi atau teknologi yang dimiliki oleh pihak lain pelaku industri informatika, komunikasi dan teknologi. Sejalan dengan maksud, cita-cita, dan tujuan Telkom Indonesia.

## 1.2 Konsep CSR PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk

PT Telkom Indonesia (Persero) mengimplementasikan kegiatan CSR sebagai bentuk dukungan perusahaan terhadap pembangunan yang berkelanjutan dan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan, sosial, dan ekonomi dimana perusahaan beroperasi yang melibatkan karyawan Telkom dan masyarakat (Direktur Utama dalam Laporan Keberlanjutan, 2013). Hal tersebut sejalan dengan prinsip CSR yang dikemukakan oleh Crowther dan Aras (2008) yakni *sustainability* atau keberlanjutan, di mana perusahaan perlu berfokus pada pengarahannya pemanfaatan sumber daya sehingga aktivitas perusahaan tidak mengancam ketersediaan sumber daya dan kelestarian lingkungan di masa depan. Pelaksanaan kegiatan CSR Telkom Indonesia tidak hanya berfokus pada lingkungan dan masyarakat eksternal, tetapi juga terdapat



upaya untuk memperhatikan dan memastikan agar penerapan aspek ketenagakerjaan, kesehatan, keselamatan, dan lingkungan kerja yang nyaman bagi karyawan tercapai melalui program K3 (Laporan Keberlanjutan, 2015).

Hal tersebut sejalan dengan pendekatan *stakeholder management* yang diungkapkan oleh Garriga & Mele (2004), bahwa perusahaan seyogyanya memberi respon terhadap tuntutan sosial untuk memperoleh legitimasi sosial, dengan berorientasi pada pihak-pihak yang dipengaruhi maupun yang mempengaruhi praktik perusahaan.

Kebijakan CSR Telkom Indonesia ditetapkan oleh Direktur Utama Telkom yang dalam pelaksanaan operasionalnya dilakukan oleh unit Community Development Center (CDC) dan Sub Departemen Corporate Communication. CSR dilaksanakan dengan berpedoman pada visi CSR yaitu menjadi pemimpin dalam implementasi program CSR di Asia (*Annual Report*, 2014). Dalam pelaksanaannya, Telkom Indonesia memiliki tema CSR “Telkom Indonesia Untuk Indonesia” dengan tiga pilar utama sebagai berikut.

1. Lingkungan digital yang meliputi pengembangan, penyediaan, dan pengelolaan infrastruktur telekomunikasi dan berbagai fasilitas teknologi informasi dan telekomunikasi (TIK) untuk mendukung aktivitas masyarakat termasuk di dalamnya pelestarian lingkungan.



2. Masyarakat digital, CSR dilaksanakan untuk mendukung pemberdayaan komunitas melalui edukasi pemanfaatan TIK secara optimal sehingga akan memudahkan aktivitas masyarakat sehari-hari.
3. Ekonomi digital, meliputi pengembangan fasilitas TIK di berbagai layanan umum yang digunakan masyarakat serta mendukung UMKM terutama pada sektor industri kreatif.

Adapun parameter keberhasilan atas program-program CSR Telkom Indonesia adalah sebagai berikut (Laporan Keberlanjutan, 2015).

1. CSR-Indeks, merupakan indeks yang mengukur pengaruh kegiatan CSR terhadap loyalitas pelanggan dan reputasi perusahaan (Laporan Keberlanjutan, 2015). CSR-Indeks tersebut diformulasikan oleh internal perusahaan yang kemudian di *coding* sesuai dengan hasil survei yang diperoleh. Peneliti terdahulu, Shiau dan Lou (2012) membuktikan CSR berpengaruh positif terhadap kualitas hubungan pelanggan, di mana berdasar hasil penelitian Vesel dan Zabkar (2010) terbukti kualitas hubungan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, hasil penelitian oleh Mulyono (2015) membuktikan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan. Pada tahun 2013 dan 2014 CSR-Indeks belum diungkapkan sebagai parameter keberhasilan program CSR Telkom



Indonesia. Pada tahun 2015, 2016, dan 2017 secara berturut-turut CSR-Indeks menunjukkan nilai 73%, 70%, dan 73%. Dapat disimpulkan bahwa CSR memberikan loyalitas konsumen dan reputasi perusahaan cukup kuat dan stabil selama tiga tahun terakhir.

2. *Net Promoter Score* (NPS), mengukur seberapa besar masyarakat menganjurkan penggunaan produk Telkom Indonesia sebagai dampak kegiatan CSR. Menurut Sumardy et al. (2011), NPS merupakan metode yang digunakan untuk mengukur tingkat loyalitas pelanggan, berdasarkan perspektif bahwa setiap pelanggan dibedakan menjadi tiga kategori yakni *promoter*, *passive*, dan *detractor*. Sama halnya dengan CSR-Indeks, pada tahun 2013 dan 2014 NPS belum diungkapkan sebagai parameter keberhasilan CSR perusahaan. Pada tahun 2015 hingga 2017 secara berturut-turut NPS menunjukkan hasil pengukuran sebesar 24%, 36%, dan 42% (Laporan Keberlanjutan, 2017). Dapat disimpulkan selama tiga tahun terakhir CSR Telkom Indonesia memberikan dampak yang kuat dan cenderung stabil terhadap rekomendasi masyarakat untuk menggunakan produk Telkom.

### 1.3 Praktik CSR PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk



Pengimplementasian program CSR Telkom Indonesia selalu berjalan di bawah pengawasan Direktur Utama untuk dapat dipastikan seluruh program terealisasi dan berjalan sesuai yang direncanakan dan dengan biaya yang telah dianggarkan, sehingga output berupa manfaat yang maksimal dapat diberikan kepada masyarakat (Laporan Keberlanjutan, 2013).

### 1.3.1 Tahun 2013

Selama tahun 2013 Telkom Indonesia telah melaksanakan berbagai program CSR terkait pengembangan kehidupan kemasyarakatan senilai Rp57,2 Miliar (Laporan Keberlanjutan, 2013) dengan fokus utamanya adalah bantuan sosial untuk membentuk lingkungan masyarakat yang sejahtera. Berikut merupakan jenis program CSR yang dilakukan oleh Telkom Indonesia selama tahun 2013.

#### 1. Pendidikan dan Pelatihan Masyarakat

Program tersebut bertujuan untuk meningkatkan kualitas pendidikan baik dalam keahlian, pengetahuan, maupun perilaku. Telkom Indonesia berpegang bahwa integritas dan intelektualitas adalah kunci penting untuk dapat membangun bangsa yang lebih baik, maju, dan sejahtera. Beberapa program CSR Telkom terkait pendidikan dan pelatihan masyarakat adalah sebagai berikut.



- a. Bagimu Guru Ku Persembahkan, merupakan upaya Telkom dalam membentuk kualitas pendidikan di Indonesia melalui pemberian pelatihan guru SMP dan SMA di Banyuwangi, Kendari, Banjarmasin, Kudus, Bukittinggi, dan Mataram dengan materi teknologi informasi, *public speaking*, menulis, dan pembinaan karakter (Laporan Keberlanjutan, 2013). Tujuan program Bagimu Guru Ku Persembahkan adalah agar guru sebagai perantara kecerdasan anak bangsa dapat memiliki kompetensi dan kemampuan lebih dalam menyalurkan berbagai ilmu dan pengetahuan kepada anak didiknya. Sesuai dengan teori yang dinyatakan Kotlor dan Lee dalam Solihin (2011), program Bagimu Guru Ku Persembahkan termasuk kategori *socially responsible business practice*, di mana perusahaan berkeyakinan program tersebut merupakan investasi yang baik yang dapat mendukung dan meningkatkan kesejahteraan suatu komunitas.
- b. Program beasiswa, bekerjasama dengan perguruan tinggi di Jakarta untuk mahasiswa berprestasi namun kurang mampu (Laporan Keberlanjutan, 2013). Tujuan atas program beasiswa ini adalah mengurangi angka putus sekolah akibat perekonomian yang tidak mendukung serta menghidupkan kembali bibit unggul yang dapat meneruskan cita-cita bangsa. Sesuai dengan teori yang dinyatakan



Kotlor dan Lee dalam Solihin (2011), program beasiswa termasuk dalam kategori program CSR *corporate philanthropy* dengan jenis *awarding scholarships*. Dalam hal ini Telkom Indonesia menjadikan beasiswa sebagai aksi sosial yang menjadi prioritas di mana beasiswa menyediakan pelatihan soft skill dan mendorong pengembangan karakter bagi para pesertanya.

- c. Edukasi internet desa tertinggal, dilakukan dengan kunjungan ke lokasi desa tertinggal yang sulit dijangkau dengan kendaraan yang dilengkapi perangkat internet dan akses internet nirkabel (Laporan Keberlanjutan, 2013). Tahun 2013, program tersebut difokuskan di Banten dan beberapa daerah lain di Jawa Barat. Sesuai dengan teori yang dinyatakan Kotlor dan Lee dalam Solihin (2011), program edukasi internet tergolong kategori *corporate societal marketing* di mana Telkom Indonesia melakukan kampanye sosial yang berfokus pada upaya perubahan perilaku menuju masyarakat yang mandiri dan melek teknologi.

- d. Indonesia Digital School (IndiSchool), dilaksanakan dengan membangun fasilitas internet broadband di sekolah-sekolah sebagai upaya membangun Indonesia cerdas melalui dukungan TIK yang memudahkan akses informasi khususnya konten edukasi (Laporan



Keberlanjutan, 2013). Tujuan dilaksanakannya program IndiSchool adalah agar para siswa dapat mengembangkan wawasan ilmu pengetahuan tanpa batas dengan lebih praktis, mudah, dan efisien. Sesuai dengan teori yang dinyatakan Kotlor dan Lee dalam Solihin (2011), program IndiSchool termasuk dalam kategori *corporate philanthropy* di mana Telkom Indonesia secara langsung memberikan bantuan layanan secara cuma-cuma sebagai aksi sosial yang menjadi prioritas perusahaan.

## 2. Pengembangan Sarana dan Prasarana Umum

Program tersebut ditujukan untuk meningkatkan pelayanan masyarakat dalam bidang telekomunikasi yang dituangkan dalam bentuk sebagai berikut.

- a. Program Listrik Mandiri Rakyat, bertujuan membantu percepatan program elektrifikasi nasional ke lokasi yang belum terjangkau PLN dengan memanfaatkan teknologi pico-power sederhana (Laporan Keberlanjutan, 2013). Pada tahun 2013 program tersebut terealisasi di dua lokasi yakni kabupaten Ngawi dan kabupaten Pacitan. Sesuai dengan teori yang dinyatakan Kotlor dan Lee dalam Solihin (2011), program listrik mandiri termasuk dalam kategori *socially responsible business practice* di mana Telkom Indonesia melaksanakan investasi



dalam bentuk penyediaan listrik yang dipercaya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

- b. Broadband Learning Center, merupakan kegiatan pelatihan dasar-dasar internet dan perluasan akses internet dengan sasaran utama jajaran Pemda melalui pemberian peralatan komputer yang dilengkapi fasilitas Wi-Fi (Laporan Keberlanjutan, 2013). Tujuan dari program BLC tersebut adalah supaya pemerintah selaku wakil rakyat dapat meningkatkan kualitas informasi dan layanan yang disalurkan kepada masyarakat. Sesuai dengan teori yang dinyatakan Kotlor dan Lee dalam Solihin (2011) program BLC termasuk kategori *corporate philanthropy* melalui *providing technical expertise and offering use equipment* (Kakabadse & Rozuel, 2000), di mana Telkom Indonesia secara proaktif menghibahkan jasa keahlian dan pemakaian peralatan secara cuma-cuma.

- c. Taman Bungkul, merupakan kawasan kumuh di Darmo, Surabaya yang direnovasi menggunakan dana Program Bina Lingkungan sebesar Rp1,2 miliar menjadi taman yang dilengkapi dengan jaringan Wi-Fi gratis dan fasilitas telepon umum (Laporan Keberlanjutan, 2013). Sesuai dengan teori yang dinyatakan Kotlor dan Lee dalam Solihin (2011), program Taman Bungkul termasuk kategori kombinasi antara



*corporate philanthropy* dan *corporate societal marketing* di mana

Telkom Indonesia membangun taman yang merupakan kampanye sosial sebagai motor perubahan perilaku masyarakat untuk lebih peduli dan melestarikan lingkungan. Selain itu, perusahaan memberikan layanan cuma-cuma dalam bentuk penyediaan jaringan Wi-Fi dan telepon umum.

### 3. Peningkatan Kesehatan Masyarakat

Dilakukan dengan partisipasi pelayanan kesehatan pada arus mudik tahun 2013 bekerjasama dengan STIKES Dharma Husada Bandung di enam posko peristirahatan (Laporan Keberlanjutan, 2013). Kegiatan bantuan kesehatan lainnya adalah donor darah, khitanan massal, posyandu, dan pemberian alat bantu kaki palsu. Sesuai dengan teori yang dinyatakan Kotlor dan Lee dalam Solihin (2011), program CSR yang diselenggarakan dengan tujuan peningkatan kesehatan masyarakat termasuk dalam kategori *cause promotion*.

### 4. Peningkatan Sarana Ibadah

Tujuan program peningkatan sarana ibadah adalah agar tercipta kualitas kehidupan beragama di Indonesia yang lebih baik yang direalisasikan melalui pembangunan pesantren An-Nahl di Bogor,



Pembangunan Taman Pendidikan Al-Qur'an di Banten, bantuan bangunan gereja di Toraja, dan lain sebagainya.

5. Bantuan Bencana Alam dan Bantuan Masyarakat

Tujuan program pemberian bantuan bencana alam dan masyarakat adalah Telkom Indonesia selalu berupaya untuk berpartisipasi meringankan beban korban bencana dalam wujud sembako dan dapur umum, obat-obatan, MCK, dan fasilitas komunikasi gratis. Pada tahun 2013 kegiatan bantuan disalurkan kepada korban Gunung Sinabung, banjir Jabodetabek, dan gempa di Aceh (Laporan Keberlanjutan, 2013). Sesuai dengan teori yang dinyatakan Kotlor dan Lee dalam Solihin (2011), program bantuan bencana alam termasuk dalam kategori *cause promotion*. Dalam hal ini, Telkom Indonesia menyediakan dana dan sumber daya lain sebagai bentuk partisipasi terhadap isu sosial.

6. Pelestarian Alam

a. Go Green Smile

Merupakan wujud kepedulian Telkom kepada lingkungan hidup melalui aksi pembersihan pantai di Kepulauan Seribu, penanaman 15.000 pohon bakau di Kampung Garapan Tangerang, pembuatan lubang biopori di Bogor, pembuatan Green Belt untuk meminimalisir abrasi pantai di Indramayu (Laporan Keberlanjutan, 2013). Sesuai



dengan teori yang dinyatakan Kotlor dan Lee dalam Solihin (2011), program go green smile termasuk dalam kategori *corporate societal marketing* di mana Telkom Indonesia secara proaktif melakukan aksi sosial yang berfokus pada upaya perubahan perilaku dan pemberian motivasi pada masyarakat untuk peduli terhadap kelestarian dan keselamatan lingkungan.

b. CSR Bahari

Merupakan kontribusi Telkom dalam menjaga kelestarian alam laut melalui aksi penanaman terumbu karang, pembersihan daerah pantai, dan bantuan fasilitas komunikasi seluler bagi personil TNI yang bertugas di lokasi maupun nelayan setempat (Lpaoran Keberlanjutan, 2013).

### 1.3.2 Tahun 2014

Pada tahun 2014 kegiatan CSR Telkom Indonesia berfokus pada pengentasan kemiskinan melalui serangkaian program pengembangan industri kreatif digital yang ditujukan untuk meningkatkan ekonomi mandiri pada masyarakat. Berikut merupakan kegiatan CSR yang direalisasikan oleh Telkom Indonesia selama tahun 2014.

1. Pendidikan dan Pelatihan Masyarakat



Program pelatihan terhadap mitra binaan dilaksanakan melalui kerjasama dengan perguruan tinggi maupun lembaga-lembaga yang memiliki kompetensi dalam ilmu kewirausahaan dan motivasi berwirausaha. Pada tahun 2014 dana yang telah disalurkan sebesar Rp6,25 Miliar (Laporan Keberlanjutan dan Laporan Tahunan, 2014).

a. *Creative Center*

Merupakan wadah bagi para pemuda atau masyarakat yang berbentuk start-up berbasis digital dengan berbagai kreativitas produk yang didukung fasilitas bantuan pendanaan, pengawasan, dan akses pasar (Laporan Keberlanjutan, 2014). Sesuai dengan teori yang dinyatakan Kotlor dan Lee dalam Solihin (2011), program creative center termasuk dalam kategori *community volunteering*. Dalam hal ini karyawan Telkom Indonesia diturunkan ke lapangan untuk memberi pelatihan dan pembinaan bisnis pemula.

b. *Creative Camp*

Merupakan pusat interaksi kalangan muda yang memiliki bakat dan minat dalam bidang kreatif digital yang dibangun di berbagai kota di Indonesia dengan komposisi bobot 80% kreativitas dan 20% komersial (Laporan Keberlanjutan, 2014). Sama halnya dengan *creative center*, program *creative camp* termasuk dalam kategori



*community volunteering*. Adapun keuntungan yang diperoleh Telkom Indonesia melalui kegiatan *community volunteering* adalah terciptanya hubungan yang tulus antara perusahaan dengan komunitas atau mitra binaan.

## 2. Pengembangan Sarana dan Prasarana Umum

Pada tahun 2014 kegiatan CSR dalam bentuk bantuan sarana umum telah direalisasikan sebesar Rp9,4 Miliar dalam bentuk penyediaan bus pariwisata Bandung Tour on the Bus (Bandros) dan penyediaan wifi.id corner di berbagai kota di Indonesia (Lpaoran Keberlanjutan, 2014). Sesuai dengan teori yang dinyatakan Kotlor dan Lee dalam Solihin (2011), program penyediaan Bandros tergolong dalam kategori *corporate philanthropy* dengan jenis *offering grants*. Dalam hal ini Telkom Indonesia memberikan hibah berupa sarana pendukung sektor pariwisata di Kota Bandung.

## 3. Peningkatan Kesehatan Masyarakat

Selama tahun 2014 CSR dalam bidang kesehatan masyarakat direalisasikan dalam bentuk pengobatan gratis, khitanan massal, perbaikan bangunan fisik lembaga kesehatan, dan lain sebagainya dengan total biaya sebesar Rp8,5 Miliar (Laporan Keberlanjutan, 2014). Sesuai dengan teori yang dinyatakan Kotlor dan Lee dalam Solihin (2011), program



pengobatan gratis, khitanan massal, dan perbaikan bangunan fisik

lembaga kesehatan tergolong dalam kategori corporate social marketing.

Dalam hal ini Telkom Indonesia melaksanakan kampanye untuk merubah

perilaku masyarakat sebagai upaya peningkatan kesehatan. Adapun

keuntungan yang diperoleh perusahaan melalui CSM adalah

meningkatnya brand positioning di mata konsumen, mendorong

peningkatan penjualan, dan memberi dampak nyata pada perubahan sosial.

#### 4. Pengembangan Sarana Ibadah

Pada tahun 2014 bantuan sarana ibadah direalisasikan dalam bentuk

perbaikan fasilitas ibadah yang telah ada dengan menghabiskan dana

sebesar Rp16,2 Miliar (Laporan Keberlanjutan, 2014).

#### 5. Bantuan Bencana Alam dan Masyarakat

Pada tahun 2014 Telkom Indonesia menyalurkan bantuan kepada korban

bencana asap di Propinsi Riau dengan total bantuan Rp4.367,9 Juta

ditambah dengan fasilitas komunikasi seperti kartu perdana, isi ulang

pulsa, charger handphone, dan akses internet WiFi (Laporan

Keberlanjutan, 2014). Sesuai dengan teori yang dinyatakan Kotlor dan Lee

dalam Solihin (2011), program bantuan bencana alam tergolong dalam

kategori *corporate philanthropy* dengan jenis *providing cash donations*

dan *donating product*. Adapun keuntungan yang diperoleh Telkom



Indonesia melalui program corporate philanthropy adalah meningkatnya reputasi perusahaan, terciptanya citra yang baik di mata publik sehingga masa depan perusahaan menguat, serta sebagai simbol Telkom Indonesia telah berperan serta dalam penyelesaian masalah sosial.

#### 6. Pelestarian Alam

Sebagai komitmen kantor untuk mewujudkan lingkungan yang ramah, Telkom Indonesia melaksanakan kegiatan CSR berupa penanaman pohon terutama pada lahan kritis dan tandus. Pada tahun 2014 dana yang digelontorkan untuk aksi penanaman pohon sebesar Rp795,9 Juta (Laporan Keberlanjutan, 2014). Tujuan atas dilaksanakannya aksi menanam pohon sebagai bagian dari program CSR adalah agar pohon yang ditanam tersebut dapat memberi daya dukung lahan di sekitar kantor dan dapat meningkatkan kemampuan lahan sebagai resapan air. Sesuai dengan teori yang dinyatakan Kotlor dan Lee dalam Solihin (2011), program penanaman pohon tergolong dalam kategori *corporate social marketing* di mana Telkom Indonesia melakukan kampanye sosial yang berfokus pada upaya perubahan perilaku dan pemberian motivasi pada masyarakat untuk peduli pada kelestarian alam dan kesehatan lingkungan.

#### 1.3.3 Tahun 2015



Selama tahun 2015 Telkom Indonesia melakukan kegiatan CSR terhadap pengembangan sosial dan kemasyarakatan, pengembangan sarana dan prasarana umum, peningkatan kesehatan masyarakat, peningkatan sarana ibadah, dan peningkatan kapasitas mitra binaan.

#### 1. Pengembangan Sosial dan Kemasyarakatan

Pada tahun 2015 Telkom Indonesia memiliki program *self assessment* perguruan tinggi nasional di Indonesia bernama Telkom Smart Campus (TeSCA) yang diinisiasi Telkom melalui dukungan Dirjen Perguruan Tinggi (Dikti) Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. Dewan Teknologi dan Komunikasi Nasional (Detiknas), dan Asosiasi Perguruan Tinggi Ilmu Komputer (Aptikom) sebagai bentuk CSR yang bertujuan mengukur pemanfaatan TIK dalam upaya peningkatan kualitas perguruan tinggi (Laporan Keberlanjutan, 2015). Program CSR lainnya adalah Telkom Group Berbagi 2015 di mana dalam rangka menyemarakkan Ramadhan, Telkom menyelenggarakan pasar murah dengan menyiapkan 12.000 paket sembako di 18 kota, menyumbangkan 1.000 Al-Qur'an dan 1.000 mukena untuk mushalla dan masjid di sekitar kantor Telkom, menyumbang 20 ton kurma untuk 8 masjid besar di Indonesia, penyerahan 1.000 kantong darah kepada Palang Merah Indonesia, dan lain sebagainya (Laporan Keberlanjutan, 2015). Sesuai dengan teori yang dinyatakan



Kotlor dan Lee dalam Solihin (2011), program TeSCA tergolong dalam kategori *community volunteering* yang melibatkan karyawan dalam upaya maksimalisasi pemanfaatan TIK di kampus-kampus terpilih. Sedangkan program pasar murah dan sumbangan kurma maupun kantong darah tergolong kategori *corporate philanthropy*.

## 2. Pengembangan Sarana dan Prasarana Umum

Pada tahun 2015 CSR Telkom Indonesia melakukan pengembangan sarana dan prasarana umum dalam bentuk pembangunan gerbang dan revitalisasi taman dalam rangka menyambut Konferensi Asia Afrika (KAA) di Bandung, menyerahkan bantuan alat penghancur sampah, dan membangun Amphi Theatre di Banyuwangi (Laporan Keberlanjutan, 2015). Sesuai dengan teori yang dinyatakan Kotlor dan Lee dalam Solihin (2011), program penyerahan bantuan alat penghancur sampah dan pembangunan amphi theatre tergolong dalam kategori *offering grants* atau hibah.

## 3. Peningkatan Kesehatan Masyarakat

Sama seperti tahun-tahun sebelumnya, pada tahun 2015 bantuan bidang kesehatan diprioritaskan pada kegiatan yang dapat mendukung peningkatan kualitas kesehatan masyarakat yang diwujudkan berupa donor darah, khitanan massal, operasi katarak, pembagian sembako bagi



keluarga kurang mampu untuk peningkatan kualitas gizi, serta bedah 45

rumah veteran di 10 kota yang merupakan bagian dari program BUMN

Hadir untuk Negeri dalam peringatan Hari Kemerdekaan RI ke 70 Tahun

(Laporan Keberlanjutan, 2015). Sesuai dengan teori yang dinyatakan

Kotlor dan Lee dalam Solihin (2011), program bantuan kesehatan

tergolong dalam kategori *corporate social marketing* di mana Telkom

Indonesia melaksanakan aksi sosial dalam rangka merubah perilaku

masyarakat untuk lebih peduli dengan kesehatan dan tercipta

kesejahteraan masyarakat.

#### 4. Peningkatan Sarana Ibadah

Pada tahun 2015 CSR Telkom menyalurkan bantuan pembangunan sarana

ibadah yang meliputi masjid, gereja dan pura (Laporan keberlanjutan,

2015). Tujuan dari program pembangunan dan renovasi sarana ibadah

adalah agar masyarakat dan seluruh karyawan Telkom Indonesia menjadi

lebih dekat dengan Tuhan.

#### 5. Peningkatan Kapasitas Mitra Binaan

Program peningkatan kapasitas mitra binaan tahun 2015 dilaksanakan

dalam bentuk pemberian hibah prasarana yang dapat mendukung kegiatan

usaha, pemberian pelatihan dan pengembangan usaha dan motivasi, dan

promosi dengan mengikutsertakan mitra binaan dalam berbagai kegiatan



pameran (Laporan Keberlanjutan, 2015). Hasil nyata atas kegiatan CSR berupa pelatihan mitra binaan adalah diperolehnya penghargaan Adibakti Mina Bahari dari Presiden RI kepada mitra binaan budidaya ikan patin di Kompar, Provinsi Riau (Laporan Tahunan, 2015). Sesuai dengan teori yang dinyatakan Kotlor dan Lee dalam Solihin (2011), program pelatihan mitra binaan tergolong dalam kategori *community volunteering*. Dalam hal ini Telkom Indonesia mengikutsertakan karyawan untuk berpartisipasi secara sukarela memberikan materi dalam pelatihan mitra binaan dan mengikutsertakan mitra binaan untuk berpartisipasi secara sukarela untuk membantu organisasi atau mitra lain dalam memasarkan produknya.

#### 1.3.4 Tahun 2016

Hingga tahun 2016 Telkom Indonesia terus berinovasi dalam mengembangkan berbagai kegiatan CSR-nya. Fokus kegiatan CSR 2016 adalah pada pendidikan dan pelatihan masyarakat. Berikut merupakan berbagai program CSR Telkom pada tahun 2016.

##### 1. Pendidikan dan Pelatihan Masyarakat

###### a. Indonesia Digital Learning (IDL)

Merupakan komitmen Telkom Indonesia di bidang pendidikan melalui pelatihan guru-guru tingkat SMP dan SMA agar terwujud



pembelajaran berbasis digital di sekolah-sekolah di Indonesia dan terbentuk digital society di kalangan guru (Laporan Keberlanjutan, 2016). Harapan atas program CSR ini adalah siswa-siswa di Indonesia lebih terbuka wawasan dan pengetahuannya akibat lintas pembelajaran dan terampil dalam berteknologi sehingga mampu bersaing dengan pelajar di berbagai wilayah Indonesia maupun di berbagai belahan dunia. Sesuai dengan teori yang dinyatakan Kotlor dan Lee dalam Solihin (2011), program IDL tergolong kategori *community volunteering* di mana Telkom Indonesia mengajak karyawan untuk berpartisipasi secara sukarela untuk memberikan pelatihan keada guru-guru. Selain itu, Telkom Indonesia mengajak komunitas guru untuk secara sukarela bergabung dalam platform komunitas yang telah disediakan.

b. My Teacher My Hero

My Teacher My Hero merupakan program apresiasi Telkom untuk guru-guru di Indonesia yang berhasil menerapkan sistem pembelajaran berbasis digital, dengan sebelumnya telah diberi pembekalan dalam seminar Indonesia Digital Learning. Pada tahun 2016 tercatat 2.400 guru yang berpartisipasi dalam program tersebut yang selanjutnya akan dipilih 17 guru yang lulus berdasarkan standar penilaian



UNESCO (Laporan Keberlanjutan, 2106). Harapan atas program tersebut adalah membangkitkan semangat guru-guru di Indonesia untuk lebih melek teknologi dan menjadikan teknologi sebagai basis pembelajaran yang efektif, efisien, dan modern.

## 2. Pengembangan Sarana dan Prasarana Umum

### a. Pustaka Digital

Pada tahun 2016 Telkom Indonesia telah berhasil memperkenalkan 1.092 Pustaka Digital di 639 Kota dan Kabupaten di Indonesia sebagai bagian dari kegiatan CSR-nya (Laporan Keberlanjutan, 2016).

Pustaka Digital menyediakan berbagai buku terbitan dari berbagai penerbit yang dapat diakses secara mudah, cepat, dan gratis di gerai yang tersedia. Tujuan dari program tersebut adalah dengan adanya kemudahan akses literasi dapat meningkatkan minat baca masyarakat Indonesia sehingga wawasan menjadi lebih luas dan pikiran menjadi lebih terbuka. Sesuai dengan teori yang dinyatakan Kotlor dan Lee dalam Solihin (2011), program pustaka digital tergolong dalam kategori *corporate philanthropy* dengan jenis *donating services*.

Dalam hal ini Telkom Indonesia memberikan layanan berupa perpustakaan digital yang dilengkapi dengan jaringan Wi-Fi secara



gratis yang memudahkan pengguna dalam mengakses sumber-sumber bacaan berbasis *online*.

- b. Broadband Learning Center & Digital Lounge. Sesuai dengan teori yang dinyatakan Kotlor dan Lee dalam Solihin (2011), program BLC dan Digital Lounge tergolong dalam kategori *corporate philanthropy* dengan jenis *providing technical expertise and offering use equipment* atau dengan kata lain pemberian kontribusi perusahaan dengan jasa keahlian dan pemakaian peralatan secara cuma-cuma.

3. Peningkatan Sarana Ibadah

Pada tahun 2016 Telkom merealisasikan program CSR-nya melalui kegiatan renovasi Masjid Al Ikhlas Waisai di Raja Ampat dan renovasi Gereja GKPS Sipingan Panei Tonga, Pematang Siantar (Laporan Keberlanjutan, 2016).

4. Bantuan Bencana Alam dan Sosial Masyarakat

Pada tahun 2016 dalam rangka menyemarakkan Ramadhan dan Idul Fitri Telkom menghadirkan berbagai kegiatan seperti Safari Ramadhan dengan memberikan santunan kepada 3.000 anak yatim, Pasar Murah yang menyediakan dan menjual 29.000 paket sembako murah di 29 kota dan kabupaten di Indonesia, berbuka bersama 3.000 anak yatim piatu, dan lain sebagainya yang dikemas dengan program Telkom Group Berbagi 2016



sebagai bentuk bantuan sosial masyarakat (Laporan Keberlanjutan, 2016).

Selain itu, sebagai realisasi program bantuan bencana alam pada tahun 2016 Telkom turut menyalurkan bantuan kepada korban bencana alam banjir bandang di Garut, banjir bandang di Bandung, dan gempa bumi di Kabupaten Pidie Jaya Aceh (Laporan Keberlanjutan, 2016). Sesuai dengan teori yang dinyatakan Kotlor dan Lee dalam Solihin (2011), program safari ramadhan tergolong dalam kategori corporate philanthropy dengan jenis *providing cash donations* dan *donating product*.

5. Peningkatan Kualitas Pengelolaan Program Kemitraan

a. Digitalisasi Pengelolaan Program Kemitraan, terhitung mulai tahun 2016 Telkom Indonesia menerapkan layanan pengajuan pinjaman dana program kemitraan melalui *web smartbisnis* dan pembayaran angsuran melalui *virtual account* untuk menjamin transparansi dan akuntabilitas pengelolaan dana program kemitraan (Laporan Keberlanjutan, 2016). Sesuai dengan teori yang dinyatakan Kotlor dan Lee dalam Solihin (2011), program digitalisasi pengelolaan program kemitraan tergolong dalam kategori *corporate philanthropy* dengan jenis *providing technical expertise and offering use equipment*. Dalam hal ini Telkom Indonesia memberikan bantuan dalam bentuk penyediaan jasa pendampingan dan peralatan dalam bentuk platform



smartbisnis yang dipercaya dapat memberikan kemudahan bagi para mitra untuk mengelola sumber daya finansialnya.

b. Pelatihan UKM Digital, Jalan Menuju Global Market

Program tersebut telah diselenggarakan sejak tahun 2015 dan pada tahun 2016 pelatihan telah diberikan kepada 1.871 UKM termasuk 92

UKM yang merupakan binaan Telkom Indonesia (Laporan Keberlanjutan, 2016). Tujuan program pelatihan tersebut adalah untuk membantu mitra dalam mempromosikan dan memasarkan produk secara global dalam fasilitas website blanja.com serta pelatihan ekspor agar mitra memahami prosedur dan persyaratan perdagangan lintas negara. Sama halnya dengan program digitalisasi pengelolaan kemitraan, program pelatihan UKM digital tergolong kategori *corporate philanthropy* dengan jenis *providing technical expertise and offering use equipment* (Kotlor dan Lee dalam Solihin, 2011).

c. Pameran Sail To Karimata, Bertemu Dengan International Buyers.

Pada tahun 2016 Telkom Indonesia memfasilitasi mitra binaannya untuk berpartisipasi dalam ajang pameran berskala internasional yang diselenggarakan oleh Departemen Maritim dan Kelautan yang diikuti para pelaku usaha baik dari dalam maupun luar negeri. Tujuan dilaksanakannya program CSR tersebut adalah agar mitra binaan



Telkom Indonesia dapat mengetahui bagaimana kiat wirausaha para pelaku usaha dari berbagai belahan dunia sehingga dapat pula terpacu kreativitas dan motivasi para binaan Telkom Indonesia untuk terus memajukan usahanya.

#### 6. Pengembangan Kompetensi Ekonomi Masyarakat

Selain berkomitmen untuk mensejahterakan karyawannya, Telkom Indonesia juga memiliki komitmen untuk terus meningkatkan kesejahteraan dan menghilangkan ketimpangan pendapatan melalui pemberian kesempatan pengembangan UMKM se-optimal mungkin (Direktur utama dalam Laporan Keberlanjutan, 2016). Adapun bentuk realisasinya adalah sebagai berikut.

##### a. Pemberian Dana Pinjaman Lunak

Selama tahun 2016 total mitra binaan penerima dana pinjaman lunak yakni sebanyak 10.956 mitra, tersebar di 34 provinsi Indonesia. Penyaluran dana lunak mayoritas tertuju pada sektor perdagangan, diikuti sektor jasa dan sektor industri (Laporan Keberlanjutan, 2016).

Sesuai dengan teori yang dinyatakan Kotlor dan Lee dalam Solihin (2011), program pemberian dana pinjaman lunak tergolong dalam kategori *corporate philanthropy* dengan jenis *donating services*. Dalam hal ini Telkom Indonesia menyediakan platform khusus yang



memudahkan para mitra binaan untuk mengembangkan modalnya melalui pinjaman dana lunak yang disediakan perusahaan.

b. Peningkatan Kompetensi Kewirausahaan

Sepanjang tahun 2016 Telkom Indonesia gencar melakukan pembinaan terhadap mitra binaan di berbagai wilayah di Indonesia dan telah menghabiskan dana sebesar Rp8,39 miliar (Laporan Keberlanjutan, 2016). Tujuan atas kegiatan tersebut adalah agar seluruh mitra binaan Telkom Indonesia dapat meningkatkan motivasi bisnisnya dan lebih memahami manajemen kewirausahaan beserta manajemen keuangan tentunya berbasis digital. Sesuai dengan teori yang dinyatakan Kotlor dan Lee dalam Solihin (2011), program peningkatan kompetensi kewirausahaan tergolong dalam kategori *community volunteering*. Dalam hal ini perusahaan mendorong karyawan dan mitra binaan untuk menyisihkan waktu secara sukarela untuk berkontribusi dalam pelatihan dan pembinaan peningkatan kiat wirausaha baik sebagai peserta maupun sebagai pemateri.

c. Peningkatan Manajemen Pemasaran

Sepanjang tahun 2016 pula, Telkom Indonesia menyelenggarakan program pendampingan melalui kerjasama dengan Balai Besar Pendidikan dan Pelatihan Ekspor Indonesia (BBPEI) Dirjen



Pengembangan Ekspor Nasional Kementerian Perdagangan (Laporan Keberlanjutan, 2016). Tujuan dilaksanakan program pendampingan tersebut adalah agar para mitra binaan memiliki kompetensi dalam menjalankan usaha berbasis pasar ekspor secara efektif dan dengan kualitas yang baik sesuai permintaan pasar. Sama halnya dengan program peningkatan kompetensi kewirausahaan, program peningkatan manajemen pemasaran tergolong dalam kategori *community volunteering*.

d. Merealisasikan Potensi Ekonomi Kreatif

Program CSR ini berfokus pada penggalian kreativitas masyarakat dalam merintis dan mengembangkan potensi ekonomi digital yang dikelola melalui aplikasi teknologi TIMES milik Telkom Indonesia. Terdapat dua program utama yakni Indigo-incubator, dirancang untuk mitra yang masih berada dalam fase penggalian ide dan Indigo-accelerator, dirancang untuk pendampingan akses pasar untuk mitra yang telah memiliki produk dan telah menghasilkan pendapatan sehingga siap untuk melakukan ekspansi pasar (Laporan

Keberlanjutan, 2016). Sesuai dengan teori yang dinyatakan Kotlor dan Lee dalam Solihin (2011), program realisasi potensi ekonomi kreatif tergolong dalam kategori *cause related marketing*. Dalam hal ini



Telkom Indonesia berkomitmen secara konsisten menyisihkan sebagian dari persentase laba yang digunakan sebagai pengembangan potensi ekonomi kreatif. Hal tersebut sejalan dengan cita-cita perusahaan yakni berkontribusi dalam peningkatan perekonomian masyarakat.

#### 7. Pelestarian Alam

Sama seperti tahun-tahun sebelumnya, pada tahun 2016 Telkom Indonesia menggalakkan aksi tanam 50.000 pohon di lahan seluas 10 Ha di kawasan Danau Toba (Laporan Keberlanjutan, 2016). Tujuan atas aksi tersebut adalah agar terwujud Indonesia raah lingkungan. Selain itu, turut dilaksanakan aksi penanaman benih mangrove di Pantai Utara Jawa dengan tujuan melestarikan hutan bakau. Sesuai dengan teori yang dinyatakan Kotlor dan Lee dalam Solihin (2011), program penanaman pohon dan mangrove tergolong dalam kategori *corporate social marketing* di mana Telkom Indonesia melakukan kampanye sosial yang berfokus pada upaya perubahan perilaku dan pemberian motivasi kesadaran masyarakat untuk peduli pada kelestarian alam dan kesehatan lingkungan.

#### 1.3.5 Tahun 2017

Hingga tahun 2017, Telkom Indonesia tetap secara konsisten melaksanakan berbagai program CSR dengan total penyaluran dana mencapai



Rp81,97 miliar (Laporan Keberlanjutan dan Laporan Tahunan, 2017). Dana tersebut secara proporsional digunakan untuk bantuan korban bencana alam, bantuan pendidikan, bantuan peningkatan kesehatan, bantuan pengembangan sarana dan prasarana umum, bantuan sarana ibadah, bantuan pelestarian alam, dan bantuan sosial kemasyarakatan dalam rangka pengentasan kemiskinan.

Berikut merupakan jabaran atas berbagai jenis program CSR yang dilaksanakan Telkom Indonesia sepanjang tahun 2017.

1. Bantuan Korban Bencana Alam dan Sosial Masyarakat

Pada tahun 2017 Telkom Indonesia menyalurkan bantuan kepada korban bencana alam banjir di Kabupaten Bandung dan Kabupaten Bima, korban erupsi Gunung Agung dan Gunung Siabung yang masih bergulir sejak 2016 hingga 2017, dan bencana longsor di Pacitan (Laporan Keberlanjutan, 2017). Tujuan penyaluran bantuan tersebut sebagai bagian dari program CSR Telkom Indonesia adalah untuk meringankan beban para korban bencana dan memberikan semangat kepada korban bencana untuk dapat kembali hidup sejahtera seperti sediakala. Selain itu, dalam CSR bidang sosial masyarakat dilakukan melalui aksi Bedah Rumah Veteran wilayah Jawa Barat sebanyak 150 unit rumah, Bedah Rumah Pensiunan Telkom sebanyak 52 unit rumah, dan pembangunan Balai Ekonomi Desa di Kabupaten Magelang. Tujuan dilaksanakannya program



tersebut adalah tercapainya cita-cita Telkom Indonesia untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat miskin baik di perkotaan maupun di pedesaan. Sesuai dengan teori yang dinyatakan Kotlor dan Lee dalam Solihin (2011), program bantuan bencana alam tergolong dalam kategori *corporate philanthropy* dengan jenis *providing cash dan product donation*.

Aksi bedah rumah veteran dan pembangunan balai ekonomi desa tergolong dalam jenis *offering grants* atau hibah.

## 2. Pendidikan dan Pelatihan Masyarakat

Secara konsisten hingga tahun 2017 Telkom Indonesia tetap berkomitmen untuk dapat mengembangkan kompetensi anak bangsa dalam berteknologi dan berbudaya yang dikemas dalam program berikut ini.

- a. Indonesia Digital Learning, termasuk pengadaan fasilitas Pustaka Digital (PaDi) yang hingga tahun 2017 telah tersedia 3.991 PaDi (Laporan Keberlanjutan, 2017). Pada tahun 2017 program IDL mendapatkan apresiasi dari Presiden RI. Tujuan dilakukannya program IDL dan PaDi ini adalah agar masyarakat Indonesia khususnya anak bangsa semakin mudah dalam mengakses informasi dan wawasan serta mampu bersaing secara mandiri di era digital.

Sesuai dengan teori yang dinyatakan Kotlor dan Lee dalam Solihin (2011), program pustaka digital tergolong dalam kategori *corporate*



*philanthropy* dengan jenis *donating services*. Dalam hal ini Telkom

Indonesia memberikan layanan perpustakaan digital yang dilengkapi dengan jaringan Wi-Fi secara gratis yang memudahkan pengguna dalam mengakses sumber-sumber bacaan berbasis *online*

b. My Teacher My Hero, masih sama dengan tahun-tahun sebelumnya yakni Telkom Indonesia menyelenggarakan pelatihan bagi guru-guru

tingkat SMP dan SMA. Pada tahun 2017 tercatat sebanyak 1.099 guru yang telah berpartisipasi dalam program My Teacher My Hero.

c. Telkom Peduli Budaya dan Siswa Mengenal Budaya yang diselenggarakan di 5 kota yakni Bandung, Yogyakarta, Balikpapan, Makassar, dan Pekanbaru (Laporan Keberlanjutan, 2017). Tujuan dilaksanakannya program tersebut adalah supaya anak bangsa dan masyarakat Indonesia tidak saja mahir berteknologi tetapi juga berperan aktif dalam menjaga kearifan lokal dan budaya. Sesuai dengan teori yang dinyatakan Kotlor dan Lee dalam Solihin (2011), program Telkom Peduli Budaya tergolong dalam kategori *socially responsible business practice*. Dalam hal ini Telkom Indonesia mendorong para siswa untuk mengeksplor kebudayaan Indonesia dan dapat memperkenalkan budaya Indonesia kepada masyarakat asing.

3. Peningkatan Kesehatan Masyarakat



Pada tahun 2017 Telkom Indonesia merealisasikan program Disability Care sebagai bagian dari CSR-nya melalui penyaluran alat bantu dengar, alat bantu berjalan bagi tuna netra, dan alat bantu lain untuk penyandang tunda daksa dengan total penerima 590 orang. Selain itu, Telkom Indonesia turut menyalurkan bantuan berupa Broadband Learning Center Difable (BLC-D) yang bertujuan untuk memenuhi hak para penyandang disabilitas untuk tetap belajar dan memperjuangkan masa depannya dengan segala kemudahan (Laporan Keberlanjutan, 2017). Sesuai dengan teori yang dinyatakan Kotlor dan Lee dalam Solihin (2011), program disability care tergolong dalam kategori *corporate philanthropy* dengan jenis *providing technical expertise and offering use equipment*.

#### 4. Pengembangan Sarana dan Prasarana Umum

Pada tahun 2017 program CSR dalam bidang pengembangan sarana dan prasarana umum dikemas dengan penyaluran bantuan perbaikan jalan, pembangunan jembatan, penyediaan air bersih bagi masyarakat Badui, serta pembangunan Pasar Mama-mama di Papua (Laporan Keberlanjutan, 2017). Tujuan dilaksanakannya program CSR tersebut adalah untuk meningkatkan aksesibilitas masyarakat dalam beraktivitas. Sesuai dengan teori yang dinyatakan Kotlor dan Lee dalam Solihin (2011), program pembangunan pasar mama-mama tergolong dalam kategori kombinasi



antara *corporate philanthropy* dengan jenis *offering grants* dan *corporate social marketing* yang berfokus pada upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat, khususnya masyarakat Papua.

5. Peningkatan Sarana Ibadah yang dilakukan melalui pembangunan atau renovasi masjid, gereja, dan pura yang ada disekitar kantor Telkom dan yang tersebar di wilayah Indonesia.

6. Pelestarian Alam yang dilakukan melalui aksi penghijauan kembali di sekeliling kawasan Gunung Merapi, Wali Pohon di Lmebang, dan pemeliharaan 50.000 pohon di Danau Toba (Laporan Keberlanjutan, 2017). Sesuai dengan teori yang dinyatakan Kotlor dan Lee dalam Solihin (2011), program penghijauan kembali dan pemeliharaan pohon tergolong dalam kategori *corporate social marketing* di mana Telkom Indonesia melakukan kampanye sosial yang berfokus pada upaya perubahan perilaku dan pemberian motivasi kesadaran masyarakat untuk peduli pada kelestarian alam dan kesehatan lingkungan.

#### **1.4 Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) Sebagai Bagian dari Tanggungjawab Sosial Perusahaan**

Sejak tahun 2009, Telkom Indonesia menggalakkan program pengelolaan Kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3) yang berfokus pada pencapaian tingkat kecelakaan nihil atau biasa disebut dengan *zero accident* dan rendahnya tingkat



absensi (Laporan Keberlanjutan, 2013). Menurut Kuswana (2014), keselamatan kerja merupakan suatu keadaan aman dan selamat dari penderitaan dan kerusakan serta kerugian di tempat kerja, baik pada saat memakai alat, bahan, mesin dalam proses pengolahan, penyimpanan, maupun menjaga dan mengamankan tempat kerja serta lingkungan kerja. Dengan kata lain, keselamatan kerja berarti keadaan mampu mengendalikan kerugian dari kecelakaan dan kemampuan mengidentifikasi sekaligus mengurangi risiko yang tidak diinginkan. Sedangkan menurut Mangkunegara (2014) dalam literturnya, kesehatan kerja merupakan kondisi terbebas dari gangguan fisik, mental, emosi atau rasa sakit yang disebabkan oleh lingkungan kerja.

Bagi Telkom Indonesia, menjaga keselamatan dan kesehatan kerja berarti perusahaan berupaya meningkatkan produktivitas karyawan yang berimplikasi pada peningkatan kinerja operasional dan kinerja keuangan perusahaan. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Elphiana et al. (2017) dan Marom & Sunuharyo (2018) bahwasannya kesehatan dan keselamatan kerja secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Selain memupuk pemahaman dan pelatihan K3, Telkom Indonesia juga memberikan layanan kesehatan bagi karyawan beserta keluarganya yang bernama Yakes Telkom. Yakes Telkom tersebut dapat diakses secara online di mana dalam laman tersebut berisi informasi sosialisasi, pendidikan, pelatihan,



konseling, program pencegahan, serta pengendalian risiko penyakit berbahaya bagi karyawan dan keluarganya (Laporan Tahunan, 2013). Beberapa program yang dilakukan Telkom Indonesia dalam rangka peningkatan kinerja dalam bidang K3 adalah sebagai berikut.

1. Simulasi Tanggap Darurat Bencana, dilakukan di 10 lokasi yang mewakili masing-masing wilayah Telkom Regional. Adapun jenis simulasi yang dilakukan mengacu pada hasil kajian risiko di wilayah masing-masing seperti kebakaran, banjir, longsor, dan huru-hara.
2. Sosialisasi Pertolongan Pertama Pada Kecelakaan (P3K), bertujuan untuk menjadikan karyawan lebih siap dan tanggap ketika terjadi kecelakaan kerja sebelum ditindak lanjuti oleh dokter atau tim medis seperti resusitasi jantung dan paru-paru serta pencegahan-pencegahan lain terjadinya kondisi lebih buruk pada korban.
3. Program Zero Accident, dilaksanakan dengan berpedoman kepada peraturan ketenagakerjaan dan aturan K3 Dinas Tenaga Kerja setempat yang dievaluasi setiap tahun hingga tahun 2017.
4. Penyediaan Perlengkapan P3K di Ruang Kerja.

Sehubungan dengan Telkom Indonesia merupakan perusahaan penyedia produk dan jasa berbasis digital, dalam upaya mendukung pencapaian *zero*



*accident* dalam K3, Telkom Indonesia menyediakan aplikasi SMK3 dan *safety care online* sebagai berikut.

1. Aplikasi SMK3 *online* yang dapat diakses oleh seluruh karyawan Telkom Indonesia dan dapat digunakan untuk aktivitas pengawasan, evaluasi, dan analisis sehingga proses implementasi dan pemutakhiran informasi menjadi lebih mudah dan cepat (Laporan Keberlanjutan, 2013).
2. Aplikasi *safety care online* yang ditujukan untuk menumbuhkan kepedulian karyawan terkait aspek K3 di lokasi kerja masing-masing seperti menginformasikan kondisi di kantor yang beresiko sehingga dapat dengan segera ditindaklanjuti (Laporan Keberlanjutan, 2013).
3. Aplikasi portal SAS yang ditujukan untuk mempublikasikan aktivitas K3 yang dapat diakses secara nasional (Laporan Keberlanjutan, 2013).

Hingga akhir tahun 2017 Telkom Indonesia telah mendapatkan berbagai penghargaan terhadap kinerja K3 seperti Penghargaan *Zero Accident* dari Kemenakertrans sejak 1 Januari 2013 hingga 31 Desember 2017 untuk 19 wilayah Telkom yang tersebar di 34 Provinsi di Indonesia dan Penghargaan Kemenakertrans Direktorat Jenderal Pembinaan Pengawasan Ketenagakerjaan hasil audit Sistem Manajemen K3 dengan perolehan “Tingkat Penilaian Memuaskan” untuk “Tingkat Lanjut” (Laporan Keberlanjutan dan Laporan tahunan, 2017).



## 1.5 Content Analysis Terhadap Pengungkapan CSR PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk

Pengungkapan kegiatan CSR di dalam Laporan Keberlanjutan menurut *Global Reporting Initiative* (GRI, 2013) 4.0 terdiri dari 91 item yang terbagi dalam tiga kategori yakni ekonomi, lingkungan, dan sosial. Kategori ekonomi itu sendiri terbagi lagi atas 4 item indikator dengan 9 indeks, kategori lingkungan terbagi atas 12 item indikator dengan 34 indeks, dan kategori sosial terbagi atas 4 sub kategori dengan total 29 item indikator dan dengan total keseluruhan 48 indeks. Berikut merupakan analisa pengungkapan CSR berdasarkan pedoman GRI 4.0 yang dilaporkan PT Telkom Indonesia (Persero) dalam Laporan Keberlanjutannya dengan menggunakan opsi sesuai “inti” dengan pengungkapan standar khusus.

### 1. Tahun 2013 dan Tahun 2014

Pada tahun 2013 dan 2014 PT Telkom Indonesia (Persero) melakukan pengungkapan Laporan Keberlanjutan dan Laporan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan standar khusus yang berpedoman pada *Global Reporting Initiative* (GRI) 4.0 yang akan diidentifikasi lebih lanjut sebagai berikut.

#### 1) Kategori Ekonomi



Pengungkapan kategori ekonomi terbagi atas empat item indikator yaitu kinerja ekonomi, keberadaan pasar, dampak ekonomi tidak langsung, dan praktik pengadaan (Pedoman GRI, 2013). Dari empat item indikator yang tersedia, pada tahun 2013 dan 2014 PT Telkom Indonesia (Persero) mengungkapkan secara khusus tiga item indikator dengan komposisi tiga indeks kinerja ekonomi, satu indeks keberadaan pasar, dan dua indeks dampak ekonomi tidak langsung. Berikut merupakan rincian pengungkapan kategori ekonomi pada tahun 2013.

Tabel 4.5.1 Pengungkapan Kategori Ekonomi Tahun 2013 dan 2014

| Item Indikator                | Total Indeks<br>GRI Tersedia | Total Indeks<br>GRI Diungkap | Persentase<br>(%) |
|-------------------------------|------------------------------|------------------------------|-------------------|
| Kinerja ekonomi               | 4                            | 3                            | 75 %              |
| Keberadaan pasar              | 2                            | 1                            | 50 %              |
| Dampak ekonomi tidak langsung | 2                            | 2                            | 100 %             |
| Praktik pengadaan             | 1                            | 0                            | 0 %               |

Berdasarkan rincian tabel di atas dapat disimpulkan bahwa untuk kategori ekonomi secara keseluruhan pada tahun 2013 dan 2014 diungkapkan dengan persentase total 66%. Tiga indeks yang diungkap dalam item indikator kinerja ekonomi yaitu sebagai berikut.



(1) G4-EC 1 mengenai nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan. Dalam laporan keberlanjutan dan CSR tahun 2013 diungkapkan secara lengkap terkait pendapatan, beban dan biaya operasional, gaji, deviden dan jumlah nilai ekonomi yang didistribusikan adalah sebesar Rp 57.640 Miliar. Turut diungkap pula pada tahun 2014 secara lengkap terkait pendapatan, beban dan biaya operasional, gaji, deviden dan jumlah nilai ekonomi yang didistribusikan adalah sebesar Rp 67.611 Miliar. Pengungkapan nilai ekonomi yang didistribusikan mencerminkan teori instrumental menurut Garriga & Mele (2004), yakni memaksimalkan nilai pemegang saham yang wajib dilakukan oleh perusahaan atau organisasi. Praktik pengungkapan nilai ekonomi langsung yang didistribusikan juga sejalan dengan *stakeholder theory* menurut Mardikanto (2014), yang menyatakan bahwa organisasi harus memahami kewajiban dan tanggungjawab mereka terhadap stakeholder dan shareholdersnya yang dapat diimplementasikan melalui penyampaian informasi nilai ekonomi secara detail yang transparan. Selain itu, pengungkapan nilai ekonomi yang didistribusikan turut sejalan dengan teori signaling (Morris, 1987) yang menyatakan bahwa pembagian dividen atau



informasi nilai ekonomi menjadi sinyal bagi para investor bahwa perusahaan dalam kondisi keuangan yang baik dan perusahaan memiliki komitmen dalam peyisihan laba untuk kepentingan tanggungjawab sosial dan kesejahteraan shareholdersnya.

- (2) G4-EC 2 mengenai implikasi finansial dan risiko serta peluang lainnya terhadap kegiatan organisasi karena perubahan iklim di mana dalam laporan keberlanjutan dan CSR tahun 2013 dan 2014 diungkap secara lengkap uraian risiko-risiko beserta dampak terhadap perusahaan, metode pengelolaan risiko, biaya atas risiko, serta peluang. Contohnya, diungkap bahwa perubahan iklim secara global berpotensi menimbulkan gangguan pada beberapa perangkat dan infrastruktur sehingga Telkom Indonesia berupaya melakukan mitigasi risiko melalui penggunaan teknologi mutakhir dalam proses pembangunan, pengoperasian, dan pemeliharaan perangkat (Laporan Keberlanjutan, 2013). Hal tersebut sesuai dengan teori instrumental dengan pendekatan *cause-related marketing* menurut Varadjan & Menon (1988), bahwa perusahaan seyogianya melakukan upaya peningkatan penjualan dan pembangunan merk melalui dimensi tanggungjawab sosial sehingga tercipta kondisi yang saling menguntungkan. Artinya,



perusahaan dapat mengantisipasi kemungkinan terburuk yang terjadi akibat perubahan iklim di mana gangguan perangkat dapat merugikan dan mengganggu kenyamanan konsumen. Selain itu, indeks G4-EC2 diungkap sesuai dengan teori stakeholder menurut Ghozali & Chariri (2007) bahwa perusahaan berkewajiban untuk memenuhi hak seluruh stakeholder dalam memperoleh informasi aktivitas perusahaan yang dapat berpengaruh pada pengambilan keputusan termasuk di dalamnya adalah informasi risiko dan peluang akibat perubahan iklim dan teori signaling menurut Morris (1987), bahwa informasi risiko dan peluang terkait perubahan iklim dapat menjadi informasi penting sebagai nilai tambah atau sinyal bagi para investor terkait segala kemungkinan terbaik dan terburuk yang dapat terjadi.

- (3) G4-EC 3 mengenai cakupan kewajiban organisasi atas program imbalan pasti di mana dalam laporan CSR tahun 2013 dan 2014 diungkapkan besaran dana pensiun adalah 18% dari gaji pokok karyawan. Adapun Program Pensiun Manfaat Pasti (PPMP) dikelola PT Jiwasraya dengan proporsi 5% dari gaji bulanan karyawan. Pada tahun 2013 kontribusi yang dikeluarkan Telkom Indonesia untuk PPMP adalah sebesar RP.183 Miliar dan PPIP



sebesar Rp 6 Miliar (Laporan Keberlanjutan, 2013). Sedangkan kontribusi perusahaan untuk PPMP tahun 2014 adalah sebesar Rp 0 dan PPIP sebesar Rp 6 Miliar, sama dengan tahun 2013 (Laporan Keberlanjutan, 2014). Hal tersebut sesuai dengan teori stakeholder menurut Gray et al. (1988) bahwa informasi yang andal dan relevan dapat menjadi nilai tambah bagi stakeholder dan shareholder terkait pemenuhan HAM dalam praktik ketenagakerjaan dan teori integratif dengan pendekatan *stakeholder management* menurut Garriga & Mele (2004) bahwa informasi program imbalan pasti ditujukan kepada seluruh stakeholder atau pihak-pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh kebijakan perusahaan. Dalam hal ini karyawan, calon karyawan, investor, maupun calon investor dapat menilai kepatuhan perusahaan dalam pemenuhan hak-hak bagi para pekerjanya.

Satu indeks keberadaan pasar yang diungkap adalah G4-EC 5 terkait rasio upah standar pegawai pemula menurut gender dibandingkan dengan UMR di lokasi operasional yang signifikan (Pedoman GRI, 2013). Dalam Laporan Keberlanjutan tahun 2013 diungkapkan bahwa terdapat lima lokasi operasional yang signifikan berikut besaran gaji dasar karyawan ketika menjadi karyawan baru,



contohnya di Bandung batasan UMR adalah Rp 1.538.703 dan Telkom Indonesia menetapkan gaji karyawan baru sebesar Rp 1.883.000 atau di atas UMR. Hal tersebut sesuai dengan teori signaling yang diutarakan Morris (1987), bahwa pemberian upah karyawan baru di atas batasan UMR merupakan sinyal yang mengindikasikan perusahaan dalam kondisi keuangan yang baik sehingga mampu memenuhi tanggung jawab sosial utama perusahaan terhadap pekerjanya. Namun pada tahun 2014, di dalam laporan keberlanjutan tidak diungkapkan informasi terkait lokasi operasional yang signifikan berikut besaran gaji dasar karyawan ketika menjadi karyawan baru. Dengan begitu, stakeholder maupun shareholder kehilangan informasi penting terkait salah satu indikator atau sinyal kondisi keuangan perusahaan.

Dua indeks dampak ekonomi tidak langsung yang diungkap Telkom Indonesia adalah G4-EC 7 terkait pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan dimana bantuan pembangunan *Broadband Learning Center* (BLC), akses internet dalam bentuk perangkat komputer yang dilengkapi fasilitas Wifi menjadi tempat pelatihan masyarakat dalam upaya mendidik pengusaha UKM untuk dapat memasarkan produknya melalui blog (Laporan Keberlanjutan dan Laporan Tahunan, 2013). Selain itu, pada tahun



2013 dilaksanakan pembangunan Taman Bungkul di Surabaya menjadi objek wisata yang tentu dapat memajukan perekonomian setempat. Pada tahun 2014 Telkom Indonesia mengikutsertakan mitra binaan dalam berbagai kegiatan pameran sehingga mitra terbantu dalam pemasaran produknya. Tidak hanya itu, di tahun 2014 Telkom Indonesia menyalurkan bantuan berupa penyediaan bus pariwisata di Kota Bandung (Bandros) dengan harapan dapat meningkatkan pendapatan dalam sektor pariwisata Bandung (Laporan Berkelanjutan, 2014). Hal tersebut sejalan dengan teori integratif dengan pendekatan *corporate social performance* yang diungkapkan Garriga & Mele (2004), bahwa pembangunan dan investasi infrastruktur ditujukan untuk mencari legitimasi sosial. Artinya, melalui serangkaian pembangunan dan investasi infrastruktur diharapkan masyarakat atau lingkungan sosial menerima kehadiran perusahaan berikut merasakan manfaat atas tanggungjawab sosial yang dilakukannya. Terakhir yakni G4-EC 8 terkait dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk besarnya dampak di mana pada tahun 2013 Telkom Indonesia mendistribusikan nilai-nilai ekonomi kepada Pemda dalam bentuk setoran PBB atas aset tetap tidak bergerak yang dimiliki dan dioperasikan dan setoran pajak kendaraan operasional yang merupakan



kontribusi langsung perusahaan terhadap pendapatan asli daerah (Laporan Keberlanjutan, 2013). Sedangkan pada tahun 2014 Telkom Indonesia melaksanakan kegiatan pemagangan dan studi banding untuk mitra binaan, dengan harapan mitra tersebut dapat saling bertukar pengalaman usaha sehingga tumbuh ide-ide baru yang dapat dikembangkan dalam berwirausaha (Laporan Keberlanjutan, 2014).

Hal tersebut sejalan dengan teori integratif menurut Garriga dan Mele (2004) bahwa korporasi berfokus terhadap tuntutan sosial untuk mencapai legitimasi sosial dan prestige. Artinya, Telkom Indonesia berfokus untuk berkontribusi terhadap pengentasan isu-isu sosial sehingga tercapai penerimaan sosial dari masyarakat sekitar.

## 2) Kategori Lingkungan

Pengungkapan kategori lingkungan terbagi atas 12 item indikator yakni bahan, energi, air, keanekaragaman hayati, emisi, efluen dan limbah, produk dan jasa, kepatuhan, transportasi, lain-lain, asesmen pemasok atas lingkungan, dan mekanisme pengaduan masalah lingkungan. Dari 12 item indikator yang tersedia, tahun 2013 dan 2014

Telkom Indonesia mengungkapkan lima item indikator dengan komposisi tiga indeks energi, dua indeks emisi, satu indeks efluen dan limbah, satu indeks kepatuhan, dan satu indeks mekanisme pengaduan



masalah lingkungan. Berikut rincian pengungkapan kategori lingkungan pada tahun 2013 dan 2014.

Tabel 4.5.2 Pengungkapan Kategori Lingkungan Tahun 2013 dan 2014

| Item Indikator                         | Total Indeks<br>GRI<br>Tersedia | Total Indeks<br>GRI<br>Diungkap | Persentase<br>(%) |
|--|---------------------------------|---------------------------------|-------------------|
| Bahan                                  | 2                               | 0                               | 0%                |
| Energi                                 | 5                               | 3                               | 60%               |
| Air                                    | 3                               | 0                               | 0%                |
| Keanekaragaman hayati                  | 4                               | 0                               | 0%                |
| Emisi                                  | 7                               | 2                               | 28%               |
| Efluen dan limbah                      | 5                               | 1                               | 20%               |
| Produk dan jasa                        | 2                               | 0                               | 0%                |
| Kepatuhan                              | 1                               | 1                               | 100%              |
| Transportasi                           | 1                               | 0                               | 0%                |
| Lain-lain                              | 1                               | 0                               | 0%                |
| Asesmen pemasok atas lingkungan        | 2                               | 0                               | 0%                |
| Mekanisme pengaduan masalah lingkungan | 1                               | 1                               | 100%              |



Berdasarkan rincian tabel di atas dapat disimpulkan bahwa untuk kategori lingkungan secara keseluruhan pada tahun 2013 dan 2014 diungkapkan dengan persentase total 23%. Indeks energi yang diungkapkan yakni G4-EN 3 terkait konsumsi energi dalam organisasi.

Namun dalam laporan keberlanjutan tahun 2013 tidak mengungkapkan secara detail jumlah total konsumsi energi dalam organisasi. Begitupula pada tahun 2014, Telkom Indonesia masih tetap tidak mengungkapkan jumlah konsumsi energi dalam organisasi. Selanjutnya, G4-EN 6 terkait pengurangan konsumsi energi yang mengungkap bahwa pada tahun 2013 merealisasikan penggunaan AC beteknologi inverter, mengganti pemakakaan freon dengan *refrigerant hydrocarbon*, mengganti lampu TL dengan LED yang memiliki efisiensi hingga 90%, dan melakukan upaya pembangunan BTS luar gedung yang tidak membutuhkan gardu dan pendingin sehingga mengurangi kebutuhan pendingin sebesar 30%.

Upaya pengurangan konsumsi energi tersebut berlangsung hingga tahun 2014. Hal tersebut sesuai dengan teori integratif dengan pendekatan *issues management* yang dikemukakan Garriga & Mele (2004) bahwa upaya pengurangan konsumsi energi dijabarkan sebagai informasi terkait bentuk respon perusahaan terhadap masalah sosial sekaligus sebagai peringatan atas potensi timbulnya ancaman



lingkungan. Selain itu diungkap indeks G4-EN7 terkait pengurangan kebutuhan energi pada produk dan jasa namun dalam laporan keberlanjutan tahun 2013 tidak diungkapkan berapa total pengurangan kebutuhan energi pada produk dan jasa. Begitupula dalam laporan keberlanjutan tahun 2014, perusahaan tidak mengungkapkan informasi total pengurangan kebutuhan energi pada produk dan jasa. Hal tersebut tentu tidak sejalan dengan teori stakeholder menurut Ghazali & Chariri (2007) bahwa seluruh stakeholder memiliki hak untuk memperoleh informasi terkait aktivitas perusahaan yang dapat berpengaruh terhadap pengambilan keputusan. Artinya, stakeholder Telkom Indonesia kehilangan haknya untuk mengetahui informasi total pengurangan konsumsi energi yang dapat berguna sebagai acuan terkait sejauh mana keberhasilan perusahaan dalam menjaga kelestarian lingkungan dan atmosfer yang nantinya berpengaruh pula terhadap pengambilan keputusan.

Indeks emisi yang diungkapkan adalah G4-EN 15 terkait emisi gas rumah kaca langsung (cakupan 1) dan G4-EN 19 terkait pengurangan emisi gas rumah kaca. Telkom Indonesia belum mengungkapkan secara detail laporan terkait emisi bruto GRK langsung, laporan gas yang diperhitungkan dalam kalkulasi, dan laporan tahun dasar yang dipilih



berikut alasan pemilihan tahun dasar tersebut, emisi pada tahun dasar, dan konteks perubahan yang signifikan pada emisi yang mengakibatkan kalkulasi ulang pada emisi tahun dasar (Pedoman GRI, 2013).

Begitupula dengan G4-EN 19, dalam hal ini Telkom Indonesia belum mengungkapkan laporan-laporan yang dipersyaratkan dalam pedoman GRI (2013) tetapi sudah diungkapkan upaya-upaya perusahaan dalam rangka pengurangan emisi gas rumah kaca. Hal tersebut tentu tidak sejalan dengan teori stakeholder menurut Ghazali & Chariri (2007) yang menyatakan bahwa seluruh stakeholder berhak untuk memperoleh informasi terkait aktivitas perusahaan yang dapat berpengaruh terhadap keputusan. Artinya, tidak diungkapkannya laporan emisi gas rumah kaca secara detail dapat menimbulkan ketidaktahuan para stakeholder dan shareholder terkait sejauh mana produk dan jasa perusahaan memberikan dampak negatif terhadap atmosfer, yang perlu penanganan lebih lanjut sebagai bentuk tanggungjawab perusahaan terhadap lingkungan.

Indeks efluen dan limbah yang diungkapkan adalah G4-EN 23 terkait bobot total limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan. Pada tahun 2013 tidak diungkapkan secara nominal melainkan secara naratif bahwa limbah organik dan non organik dikelola melalui



kerjasama dengan Dinas Kebersihan setempat sedangkan sampah yang tergolong limbah B3 (Bahan Berbahaya dan Beracun) seperti limbah lampu merkuri dikelola kepada produsen merk Philips dan Osram karena perusahaan tersebut memiliki fasilitas pengelolaan limbah merkuri (Laporan Keberlanjutan, 2013). Hal tersebut tidak sejalan dengan teori stakeholder menurut Ghazali & Chariri (2007) yang menyatakan bahwa seluruh stakeholder berhak untuk memperoleh informasi terkait aktivitas perusahaan yang dapat berpengaruh terhadap keputusan. Dalam hal ini stakeholder dan shareholder menjadi tidak tahu berapa bobot limbah berbahaya dan tidak berbahaya sebagai sisa dari aktivitas operasional perusahaan di mana informasi tersebut sebenarnya penting untuk mengetahui ancaman-ancaman yang mungkin timbul terkait isu lingkungan. Sedangkan indeks kepatuhan yang diungkap pada tahun 2013 adalah G4-EN 29 terkait nilai moneter denda signifikan dan jumlah total sanksi non moneter karena ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan lingkungan, mengungkapkan bahwa sejak tahun 2009 Telkom Indonesia tidak pernah terkena sanksi administratif terkait pelanggaran undang-undang lingkungan (Laporan Keberlanjutan, 2013 dan 2014).



Terakhir, indeks mekanisme pengaduan masalah lingkungan yang diungkapkan dalam laporan keberlanjutan 2013 adalah G4-EN 34 terkait jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi.

Dalam hal ini diungkapkan bahwa terhitung sejak tahun 2009 Telkom Indonesia tidak menerima adanya pengaduan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi dari pihak manapun terkait dampak lingkungan. Telkom Indonesia secara terbuka menerima pengaduan melalui mekanisme Whistle Blowing System (Laporan Keberlanjutan, 2013 dan 2014). Dapat disimpulkan bahwa pada tahun 2013 dan 2014 Telkom Indonesia berfokus pada indikator energi karena sejalan dengan usaha perusahaan yakni penyediaan layanan telekomunikasi digital yang tentu 90% operasional di dukung oleh energi listrik.

### 3) Kategori Sosial

Pengungkapan kategori sosial terbagi atas empat sub kategori dengan total keseluruhan 29 item indikator GRI 4.0. Empat sub kategori tersebut antara lain adalah praktik tenaga kerja dan kenyamanan kerja yang terdiri atas 8 item indikator dengan 16 indeks, Hak Asasi Manusia (HAM) yang terdiri atas 10 item indikator dengan 12 indeks,



masyarakat yang terdiri atas 6 item indikator dengan 10 indeks, dan tanggung jawab atas produk yang terdiri atas 5 item indikator dengan 9 indeks. Dari total keseluruhan 29 item indikator yang tersedia dalam kategori sosial, pada tahun 2013 dan 2014 Telkom Indonesia mengungkapkan 21 indeks GRI 4.0. Berikut merupakan rincian pengungkapan kategori sosial PT Telkom Indonesia tahun 2013 dan 2014.

Tabel 4.5.3 Pengungkapan Sub Kategori Sosial Tahun 2013 dan 2014

| Item Indikator                            | Total Sub Indikator GRI Tersedia | Total Sub Indikator GRI Diungkap | Persentase (%) |
|---|----------------------------------|----------------------------------|----------------|
| Praktik tenaga kerja dan kenyamanan kerja | 8                                | 6                                | 75%            |
| Hak Asasi Manusia                         | 10                               | 2                                | 20%            |
| Masyarakat                                | 6                                | 3                                | 50%            |
| Item Indikator                            | Total Sub Indikator GRI Tersedia | Total Sub Indikator GRI Diungkap | Persentase (%) |
| Tanggungjawab atas produk                 | 5                                | 3                                | 60%            |

Berdasarkan rincian tabel di atas dapat disimpulkan bahwa untuk kategori sosial secara keseluruhan pada tahun 2013 dan 2014



diungkapkan dengan persentase total 43,75%. Adapun 21 indeks atas

16 sub indikator yang diungkapkan adalah sebagai berikut.

(1) G4-LA 1, mengenai jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan

baru dan turnover karyawan menurut kelompok umur, gender, dan

wilayah. Diungkapkan bahwa pada tahun 2013 jumlah pegawai

baru yang direkrut sebanyak 206 orang. Adapun tingkat turnover

karyawan 2013 sebesar 14 meliputi keluar atas permintaan sendiri,

meninggal dunia, dan pensiun (Laporan Keberlanjutan, 2013).

Pada tahun 2014 jumlah pegawai baru yang direkrut sebanyak 224

orang dengan tingkat turnover karyawan sebesar 20 meliputi keluar

atas permintaan sendiri, keluar karena bergabung dengan partai

politik, keluar karena pelanggaran disiplin, dan keluar karena

menikah dengan sesama karyawan Telkom Indonesia (Laporan

Keberlanjutan, 2014). Hal tersebut sesuai dengan teori

instrumental dengan pendekatan *strategic goal of achieving*

*competitive advantages* menurut Garriga dan Mele (2004) bahwa

perusahaan atau dalam hal ini Telkom Indonesia melakukan

langkah strategis sebagai upaya pengalokasian sumber daya untuk

mencapai tujuan sosial jangka panjang dan menghasilkan

keunggulan kompetitif. Artinya, manajemen SDM Telkom



Indonesia telah menyusun langkah strategis terkait rekrutmen karyawan, pembatasan usia maksimum kerja, batasan usia dalam rekrutmen karyawan, dan lain sebagainya sebagai upaya pencapaian target dan cita-cita kompetitif karyawan melalui tersedianya SDM yang mumpuni.

(2) G4-LA 2, mengenai tunjangan yang diberikan bagi karyawan purna

waktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu berdasarkan lokasi operasi yang signifikan. Pada laporan keberlanjutan tahun 2013 diungkapkan bahwa remunerasi karyawan terdiri atas gaji bulanan, berbagai tunjangan, fasilitas perumahan, pensiun, kesehatan, dan lain-lain. Jumlah remunerasi karyawan purna waktu yang dibayarkan tahun 2013 sebesar Rp 9.733 Miliar. Adapun biaya pelayanan kesehatan untuk karyawan purnawaktu 2013 sebesar Rp 162 Miliar, PPMP sebesar Rp 182 Miliar, dan PPIP sebesar Rp 6 Miliar (Laporan Keberlanjutan, 2013). Sedangkan jumlah remunerasi karyawan purna waktu yang dibayarkan tahun 2014 sebesar Rp 9.616 Miliar, PPMP sebesar Rp

0, n PPIP sebesar Rp 6 Miliar (Laporan Keberlanjutan, 2014). Hal tersebut sejalan dengan teori stakeholder menurut Ghazali dan Chariri (2007) bahwa perusahaan atau dalam hal ini Telkom



Indonesia tidak hanya sekedar beroperasi untuk kepentingannya sendiri, melainkan turut memberi manfaat pada stakeholdernya atau dalam hal ini karyawan. Artinya, setelah karyawan berupaya untuk memberikan kinerja terbaiknya maka ketika akhir masa tugas Telkom Indonesia tetap memberikan manfaat dalam bentuk jaminan kesejahteraan melalui program pensiun. Selain itu, G4-LA2 turut sejalan dengan teori signaling menurut Morris (1987) yang menyatakan bahwa kontribusi Telkom Indonesia dalam bentuk sponsor terhadap program pensiun, yakni manfaat pasti dan iuran pasti merupakan indikasi atau sinyal kepada para investor atau calon investor bahwa kondisi keuangan perusahaan adalah baik.

- (3) G4-LA 6, mengenai jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang, kemangkiran, serta jumlah total kematian akibat kerja menurut daerah dan gender. Di mana pada tahun 2013 hingga tahun 2014 diungkapkan bahwa Telkom Indonesia berhasil meraih penghargaan Zero Accident dari Kemenkertrans Direktorat Jenderal Pembinaan Pengawasan Ketenagakerjaan (Laporan Keberlanjutan, 2013). Hal tersebut sesuai dengan teori instrumental dengan pendekatan *strategic goal of achieving*



*competitive advantages* menurut Garriga dan Mele (2004) yang berbunyi bahwa perusahaan atau dalam hal ini Telkom Indonesia melakukan langkah strategis sebagai upaya untuk mencapai tujuan sosial jangka panjang dan menghasilkan keunggulan kompetitif.

Artinya, manajemen Telkom Indonesia telah menyusun langkah strategis terkait kesehatan dan keselamatan kerja sehingga tercipta kondisi atau ruang bekerja yang nyaman dan terbebas dari kecelakaan kerja hingga tercapai target dan keunggulan kompetitif perusahaan.

- (4) G4-LA 8, mengenai topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja. Dalam laporan keberlanjutan tahun 2013 diungkapkan manajemen Telkom Indonesia berhasil mencapai kesepakatan dengan ditandatanganinya PKB V yang berlaku sejak 23 Agustus 2013-23 Agustus 2015, UU No 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan serta PerMen aturan Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi Nomor PER.16/MEN/ XI/2011 Tentang Tata Cara Pembuatan dan Pengesahan Peraturan Perusahaan Serta Pembuatan dan Pendaftaran Perjanjian Kerja Bersama (PKB). Namun dalam hal ini pada tahun 2013 dan 2014 tidak diungkapkan secara detail dan



mendalam terkait topik kesehatan dan keselamatan apa saja yang tercakup dalam perjanjian formal, sesuai dengan pedoman GRI (2013). Hal tersebut tidak sejalan dengan teori stakeholder menurut Mardikanto (2014) bahwa stakeholder memudahkan perusahaan untuk memahami kewajiban dan tanggungjawabnya, begitupula sebaliknya. Ketidaktersediaan informasi terkait topik kesehatan dan keselamatan kerja dalam perjanjian kerja dapat menimbulkan keraguan stakeholder tentang apakah perusahaan benar-benar telah menjamin kesehatan dan keselamatan kerja baik bagi karyawan maupun para pemasoknya ataukah tidak. Maka dalam hal ini seharusnya Telkom Indonesia mengungkapkan sekilas atau contoh sederhana tentang topik kesehatan dan keselamatan kerja dalam perjanjian kerjasama.

- (5) G4-LA 9, mengenai jam pelatihan rata-rata per tahun per karyawan menurut gender dan menurut kategori karyawan. Dalam laporan keberlanjutan 2013 diungkap bahwa karyawan Telkom Indonesia telah mengikuti pelatihan pengembangan kompetensi dengan jumlah jam pelatihan per karyawan adalah 27,5 jam/karyawan dengan memperhatikan kesetaraan gender. Namun dalam hal ini tidak diungkapkan informasi pelatihan penurur kategori karyawan.



Selain itu, dalam laporan keberlanjutan tahun 2014 tidak diungkapkan jam pelatihan rata-rata per tahun per karyawan dan tidak pula diungkap menurut kategori karyawan tetapi hanya diungkap terdapat 1.191 pelatihan yang tersedia untuk diikuti karyawan Telkom Indonesia. Pengungkapan informasi jam pelatihan karyawan sejalan dengan teori stakeholder menurut Gray et al. (1988) bahwa kelangsungan hidup perusahaan bergantung pada dukungan stakeholder sehingga aktivitas perusahaan dalam mencari dukungan dapat dilakukan melalui upaya pengungkapan informasi yang andal dan relevan mengenai aktivitas operasi perusahaan yang berguna sebagai dasar pengambilan keputusan. Artinya, pengungkapan informasi jam pelatihan dapat menjadi dasar pertimbangan para stakeholder terkait bagaimana perusahaan berupaya untuk meningkatkan kualitas dan kinerja karyawan yang tentu berdampak langsung terhadap keberlanjutan perusahaan.

- (6) G4-LA 10, mengenai program untuk manajemen ketrampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberlanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti. Pada tahun 2013 diungkapkan bahwa Telkom Indonesia secara konsisten berupaya untuk memenuhi hak-hak karyawan seperti



mengikutsertakan karyawan dalam pelatihan kewirausahaan yang diselenggarakan bagi karyawan yang telah memasuki usia diatas 50 tahun dengan tujuan memberi kesiapan karyawan memasuki masa purna bakti (Laporan Keberlanjutan, 2013). Sedangkan pada tahun 2014 hanya diungkapkan pelatihan karyawan dalam rangka pengembangan kompetensi yang menunjang kinerja dan produktivitas, bukan menunjang kesiapan memasuki masa purna bakti (Laporan Keberlanjutan, 2014). Hal tersebut sesuai dengan teori stakeholder dan teori signaling. Menurut Octavia (2012), keberhasilan usaha suatu perusahaan sangat bergantung pada keberhasilan manajemen dalam membina hubungan antara perusahaan dengan stakeholder. Dalam hal ini pemberian pelatihan kewirausahaan dilakukan sebagai upaya penjaminan kesejahteraan karyawan purna bakti sehingga tetap terjalin hubungan dan citra baik antara perusahaan dengan mantan karyawan. Morris (1987) mengungkapkan bahwa teori signaling berfokus pada upaya pengungkapan informasi yang dapat menjadi nilai tambah dan daya tarik bagi investor. Dalam hal ini informasi program pelatihan kewirausahaan yang ditujukan bagi karyawan yang akan memasuki masa purna bakti bertujuan untuk memberi sinyal pada investor



bahwa perusahaan berkomitmen untuk tetap menjamin kesejahteraan seluruh karyawan dan mantan karyawan sebagai bentuk tanggungjawab sosial perusahaan.

- (7) G4-LA 11 mengenai persentase karyawan yang menerima revaluasi kinerja dan pengembangan karir secara reguler menurut gender dan kategori karyawan. Pada tahun 2013 diungkapkan bahwa Telkom Indonesia mengacu pada *staffing plan* dalam menetapkan pergerakan karir karyawan, yakni permintaan pengisian posisi yang lowong setingkat Pimpinan Unit/Direksi kepada Direktur SDM (Laporan Keberlanjutan, 2013). Sebagai tindak lanjut atas pengembangan kompetensi, pada tahun 2013 sebanyak 2.191 karyawan menjalani *assessment* atau revaluasi kinerja menurut kategori karyawan (Laporan Keberlanjutan, 2013). Hal tersebut sesuai teori instrumental dengan pendekatan *strategic goal of achieving competitive advantages* menurut Garriga & Mele (2004). Dalam hal ini Telkom Indonesia melakukan langkah strategis dalam pengalokasian sumber daya untuk mencapai tujuan sosial jangka panjang dan menghasilkan keunggulan kompetitif melalui penilaian kinerja dan pengembangan karir karyawan secara berkala. Namun pada tahun 2014 tidak terdapat informasi



mengenai persentase persentase karyawan yang menerima review kinerja dan pengembangan karir secara reguler menurut gender dan kategori karyawan, namun hanya diungkap bahwa hak (kompensasi, benefit, kesempatan pengembangan karir dan kompetensi, waktu kerja, fasilitas kerja) dan kewajiban berlaku untuk seluruh karyawan tanpa membedakan gender (Laporan Keberlanjutan, 2014).

- (8) G4-LA 12, mengenai komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per kategori karyawan menurut gender, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya. Dalam laporan keberlanjutan tahun 2013 hingga tahun 2014 belum diungkapkan komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per kategori karyawan. Sebaiknya Telkom Indonesia mengungkap informasi tersebut guna memenuhi kepentingan stakeholder terkait informasi penting yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan. Artinya, stakeholder dapat mempertimbangkan poin keadilan perusahaan dalam pembagian kekuasaan atau jabatan.

- (9) G4-LA 13, mengenai rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan



berdasarkan lokasi operasional yang signifikan. Pada tahun 2013 dan tahun 2014 diungkapkan bahwa tidak ada perbedaan rasio remunerasi antara karyawan perempuan dengan laki-laki sehingga rasio gaji pokok dan remunerasi mencerminkan nilai 1.00 atau sama, baik untuk level manajemen senior, manajemen madya, pengawas, maupun karyawan lainnya dan perbedaan besaran remunerasi semata-mata terjadi sebagai hasil penilaian kinerja dan lama masa kerja (Laporan Keberlanjutan, 2013). Hal tersebut sejalan dengan teori stakeholder menurut Ghozali & Chariri (2007) bahwa perusahaan tidak saja beroperasi untuk kepentingannya sendiri, melainkan harus memberi manfaat kepada stakeholdernya. Melalui informasi rasio gaji pokok dan remunerasi karyawan, stakeholder dapat mempertimbangkan poin keadilan perusahaan dalam penetapan remunerasi sehingga baik karyawan laki-laki maupun perempuan dapat dijamin kesejahteraannya.

- (10) G4-LA 14, mengenai persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria praktik ketenagakerjaan. Pada tahun 2013 tidak diungkapkan persentase penapisan pemasok baru tetapi diungkapkan bahwa Telkom Indonesia menerapkan program evaluasi kinerja pemasok baru maupun lama sebagai bentuk



kepatuhan terhadap peraturan perburuhan Kemenakertrans. Poin evaluasi meliputi pemenuhan batas usia minimal tenaga kerja, waktu kerja, waktu lembur, hak cuti, dan pemenuhan Upah Minimum Regional (UMR). Adapun evaluasi dilakukan melalui sistem kuesioner yang dikirim ke masing-masing pemasok dengan teknologi yang dikembangkan (Laporan Keberlanjutan, 2013).

Sedangkan pada tahun 2014 tidak diungkapkan informasi persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria praktik ketenagakerjaan dan informasi klausul program evaluasi kinerja pemasok baru maupun lama sebagai bentuk kepatuhan terhadap peraturan perburuhan Kemenakertrans. Hal tersebut tidak memenuhi teori stakeholder yang mana dalam hal ini stakeholder dan investor kehilangan informasi penting terkait hubungan kerjasama antara pemasok dan perusahaan.

(11) G4-LA 16, mengenai jumlah pengaduan praktik ketenagakerjaan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi. Di dalam laporan keberlanjutan tahun 2013 dan tahun 2014 diungkapkan bahwa tidak ada peristiwa pengaduan masalah ketenagakerjaan namun dalam hal ini Telkom Indonesia telah menyediakan platform khusus untuk menangani keluhan



praktik ketenagakerjaan yang dapat digunakan karyawan yakni HR

Helpdesk, HR wiki, Employee aspiration, dan Employee reference.

Hal tersebut sejalan dengan teori integratif dengan pendekatan

issues management menurut Garriga & Mele (2004) bahwa

perusahaan dalam hal ini Telkom Indonesia menekankan

pemberian respon terhadap masalah-masalah sosial yang berfungsi

sebagai peringatan atas potensi timbulnya ancaman-ancaman

sehingga perusahaan terbebas dari gugatan sosial.

(12) G4-HR 4, mengenai operasi dan pemasok teridentifikasi yang

mungkin melanggar atau beresiko tinggi melanggar hak untuk

melaksanakan kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama.

Telkom Indonesia belum melaksanakan penapisan pemasok

kontraktor berdasarkan kepatuhan prinsip-prinsip HAM, tetapi

dalam kontrak dengan nilai substansial atau di atas Rp 100 Miliar

selalu dinyatakan keharusan untuk tunduk pada seluruh peraturan

yang berlaku di Indonesia termasuk UU Perlindungan HAM

(Laporan Keberlanjutan, 2013). Begitupula dalam laporan

keberlanjutan tahun 2014 tidak terdapat informasi operasi dan

pemasok teridentifikasi yang mungkin melanggar atau beresiko

tinggi melanggar hak untuk melaksanakan kebebasan berserikat



dan perjanjian kerja bersama, tetapi diungkapkan Telkom Indonesia mengacu pada Undang-Undang No.13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan dan Perjanjian Kerja Bersama (PKB) antara manajemen dan serikat karyawan, dalam seluruh kebijakan ketenagakerjaan untuk memastikan kepatuhan terhadap perundang-undangan yang berlaku dan meminimalkan terjadinya pelanggaran terhadap hak asasi manusia dalam hubungan kerja (Laporan Keberlanjutan, 2014). Hal tersebut kurang sejalan dengan teori stakeholder menurut Gray et al. (1988) di mana dalam hal ini stakeholder tidak mendapatkan informasi yang andal dan relevan terkait jaminan bebas pelanggaran HAM oleh pemasok sehingga ketika sewaktu-waktu terjadi pelanggaran maka pihak stakeholder turut dirugikan.

- (13) G4-HR 7, mengenai persentase petugas pengamanan yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur HAM di organisasi yang relevan dengan operasi. Dalam laporan keberlanjutan 2013 diungkapkan tidak ada karyawan dan anggota satpam yang mengikuti pelatihan HAM. Sedangkan dalam laporan keberlanjutan 2014 tidak diungkapkan informasi terkait persentase petugas pengamanan yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur HAM. Hal tersebut



tidak sejalan dengan teori stakeholder menurut Ghozali & Chariri (2007) bahwa seluruh stakeholder berhak untuk mendapat informasi terkait aktivitas perusahaan yang berpengaruh terhadap pengambilan keputusan. Artinya, dalam hal ini stakeholder kehilangan informasi terkait bagaimana perusahaan melakukan penanganan tercepat ketika terjadi pelanggaran HAM di lingkungan operasional Telkom Indonesia.

(14) G4-HR 10, mengenai persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria HAM. Dalam laporan keberlanjutan tahun 2013 dan tahun 2014 tidak diungkapkan persentase seleksi pemasok berdasarkan kriteria HAM. Hal tersebut tidak sejalan dengan teori stakeholder menurut Mardikanto (2014) bahwa tidak adanya informasi seleksi pemasok berdasarkan kriteria HAM dapat menimbulkan diskresi antara kewajiban dan tanggungjawab kedua belah pihak, yakni perusahaan dan pemasok.

(15) G4-SO 1, mengenai persentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, asesmen dampak, dan program pengembangan yang diterapkan. Dalam laporan keberlanjutan tahun 2013 tidak diungkapkan berapa persentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal tetapi diungkap bahwa untuk kepentingan



efisiensi, Telkom mendahulukan mitra lokal untuk kontrak penyediaan barang dan jasa dengan nilai kecil atau dibawah Rp 25 Juta serta telah diungkap program pengembangan masyarakat yang diterapkan. Sedangkan pada tahun 2014 tidak diungkap persentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal dan asesmen dampak, tetapi diungkapkan program-program pengembangan terutama untuk para mitra binaan yang mana merupakan masyarakat lokal (Laporan Keberlanjutan, 2014). Hal tersebut sejalan dengan teori integratif menurut Garriga & Mele (2004) dengan pendekatan *corporate social performance*, bahwa pelibatan masyarakat lokal dilakukan sebagai upaya mencari legitimasi sosial melalui elemen definisi dasar dari tanggungjawab sosial. Artinya, pelibatan masyarakat atau mitra lokal dalam praktik operasi Telkom Indonesia merupakan upaya pencarian legitimasi sosial yang mana berarti perusahaan turut memberikan kontribusi terhadap pergerakan perekonomian masyarakat lokal melalui penyerapan tenaga kerja.

(16) G4-SO 4, mengenai komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur anti korupsi. Pada tahun 2013 diungkapkan bahwa Telkom Indonesia selalu mengkomunikasikan anti korupsi dan



telah memiliki kebijakan anti korupsi dan anti fraud. Dalam hal ini manajemen selalu berupaya mencegah terjadinya korupsi yang diwujudkan melalui adanya pakta integritas yang diisi oleh seluruh karyawan dan terdapat website khusus sebagai portal integritas karyawan (Laporan Keberlanjutan, 2013). Selain itu, Telkom Indonesia juga rutin menyelenggarakan pelatihan anti korupsi yang diikuti karyawan secara bergilir. Pada tahun 2014 diselenggarakan RAPIM Telkom yang meliputi penandatanganan Komitmen Penerapan Pengendalian Gratifikasi (PPG) oleh seluruh direksi yang dihadiri wakil ketua KPK, Zulkarnaen sebagai bukti keseriusan Telkom Indonesia dalam pengendalian gratifikasi yang notabene merupakan akar korupsi (Laporan Keberlanjutan, 2014). Hal tersebut sesuai dengan teori signaling menurut Morris (1987) yang mengungkapkan informasi terkait komunikasi antikorupsi dapat dijadikan sebagai dasar pertimbangan bahwa perusahaan telah berupaya menjamin tidak terjadinya korupsi yang merugikan berbagai pihak.

(17) G4-SO 5, mengenai insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil. Dalam laporan keberlanjutan tahun 2013 diungkap terdapat dua insiden dugaan kecurangan atau pelanggaran yang



sedang ditindaklanjuti. Hal tersebut sejalan dengan teori signaling menurut Morris (1987) bahwa sekalipun terdapat insiden dugaan kecurangan dalam hal ini Telkom Indonesia memberikan sinyal bahwa perusahaan tetap dalam kondisi baik yang dibuktikan melalui kemampuan perusahaan dalam menanggulangi dan mencegah terulangnya insiden melalui pemberian tindak pidana untuk menimbulkan efek jera. Sedangkan dalam laporan keberlanjutan tahun 2014 tidak diungkapkan informasi insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil, tetapi diungkapkan program-program yang dicanangkan sebagai komitmen perusahaan bersih atau anti korupsi. Hal tersebut tidak sejalan dengan teori signaling menurut Morris (1987) bahwa stakeholder dan shareholder kehilangan sinyal terkait kondisi perusahaan, apakah perusahaan mampu mengelola aktivitas operasional secara “Bersih” atau tidak.

(18) G4-SO 7, mengenai jumlah total tindakan hukum terkait anti persaingan, anti trust, serta praktik monopoli dan hasilnya. Pada tahun 2013 diungkapkan bahwa terdapat satu permasalahan hukum di mana Telkom Indonesia dilaporkan oleh KPPU atas perkara dugaan pelanggaran pasal 5 UU No 5 Tahun 1999 tentang



Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Jejak perkara hingga akhir tahun 2013 masih berada pada tahap pengajuan Banding di PN Jakpus. Sedangkan pada tahun 2014 diungkap tidak terjadi perkara hukum, hanya masih bergulir proses hukum atas perkara tahun 2013 di mana Telkom Indonesia digugat oleh KPPU atas dugaan pelanggaran pasal 5 UU No 5 tahun 1999

(Laporan Keberlanjutan, 2014). Hal tersebut sejalan dengan teori stakeholder bahwa pengungkapan informasi yang transparan, relevan, dan andal sangat membantu stakeholder dalam pertimbangan pengambilan keputusan.

- (19) G4-PR 5, mengenai hasil survei untuk mengukur kepuasan pelanggan. Dalam laporan keberlanjutan tahun 2013 dan 2014 telah diungkapkan bahwa Telkom Indonesia bekerjasama dengan perusahaan survei independen untuk melakukan riset terkait indeks kepuasan pelanggan (CSI) dan indeks loyalitas konsumen (CLI). Hasilnya adalah pada tahun 2013 segmen pelanggan personal memperoleh nilai CSI 80,16% dan CLI 67,64% (Laporan Keberlanjutan, 2013). Sedangkan pada tahun 2014 segmen pelanggan personal memperoleh nilai CSI sebesar 81,3% dan CLI sebesar 78,6% (Laporan Keberlanjutan, 2014). Hal tersebut sejalan



dengan teori stakeholder menurut Octavia (2014) bahwa keberhasilan usaha perusahaan bergantung pada keberhasilan manajemen dalam membina hubungan antara perusahaan dengan stakeholdernya. Artinya, Telkom Indonesia berhasil menciptakan kepuasan dan loyalitas konsumen dengan serangkaian produk dan jasa yang ditawarkan sehingga dalam hal ini keberlangsungan usaha dapat terjamin.

- (20) G4-PR 7, mengenai jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait komunikasi pemasaran. Diungkapkan bahwa pada tahun 2013 tidak terdapat insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan mengenai komunikasi pemasaran (Laporan Keberlanjutan, 2013). Begitupula pada tahun 2014 tidak terdapat insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan mengenai komunikasi pemasaran (Laporan Keberlanjutan, 2014). Hal tersebut sejalan dengan teori stakeholder bahwa pengungkapan informasi yang transparan, relevan, dan andal sangat membantu stakeholder dalam pertimbangan pengambilan keputusan.

- (21) G4-PR 8, mengenai jumlah keluhan yang terbukti terkait pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan. Pada tahun 2013 dan 2014 diungkapkan tidak terjadi keluhan



pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan (Laporan Keberlanjutan, 2013 dan 2014). Hal tersebut sejalan dengan teori instrumental menurut Varadhan & Menon (1988) dengan pendekatan *cause related marketing* bahwa Telkom Indonesia berupaya meningkatkan penjualan dan meningkatkan hubungan konsumen melalui dimensi tanggungjawab sosial berupa terjaminnya privasi dan data pelanggan. Dalam hal ini perusahaan bertanggungjawab penuh terhadap kerahasiaan data pelanggan sehingga konsumen merasa aman dan nyaman dalam menggunakan jasa atau layanan dari Telkom Indonesia.

Dari empat sub kategori yang tersedia, PT Telkom Indonesia melakukan pengungkapan penuh pada kategori tanggung jawab atas produk serta pengungkapan hampir sempurna pada praktik tenaga kerja dan kenyamanan bekerja. Berdasarkan paparan di atas dapat disimpulkan persentase total pengungkapan kegiatan CSR tahun 2013 dan 2014 sebagai berikut.

Tabel 4.5.4 Pengungkapan Kegiatan CSR Tahun 2013 dan 2014

| Item Indikator | Total Indeks GRI Tersedia | Total Indeks GRI Diungkap | Persentase (%) |
|----------------|---------------------------|---------------------------|----------------|
| Ekonomi        | 9                         | 6                         | 66%            |
| Lingkungan     | 34                        | 8                         | 23%            |



|        |    |    |        |
|--------|----|----|--------|
| Sosial | 48 | 21 | 43,75% |
| Total  | 91 | 35 | 38%    |

Pada tahun 2013 dan 2014 kategori ekonomi merupakan kategori yang paling banyak diungkapkan oleh PT Telkom Indonesia (Persero) karena telah diungkapkan pula oleh Direktur Utama bahwa Telkom Indonesia memiliki visi untuk menjadi pemimpin dalam industri ekonomi kreatif berbasis digital sehingga dapat meningkatkan taraf perekonomian masyarakat dan bangsa Indonesia (Laporan Keberlanjutan dan Laporan tahunan, 2013). Kecilnya persentase pengungkapan kategori lingkungan disebabkan karena bisnis perusahaan tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap kondisi lingkungan meskipun 90% kegiatan operasionalnya menggunakan energi listrik yang berasal dari sel tenaga matahari dan mikrohidro untuk *Base Transceiver Station* (BTS) serta pemanfaatan pembangkit listrik *hybrid* yang menggabungkan sel surya dan tenaga angin untuk listrik dan pemeliharaan genset.

## 2. Tahun 2015

Pada tahun 2015 PT Telkom Indonesia (Persero) mengungkapkan Laporan Keberlanjutan dan Laporan *Corporate Social Responsibility* (CSR)



dengan berpedoman pada *Global Reporting Initiative* (GRI) versi 4.0 yang akan diidentifikasi lebih lanjut sebagai berikut.

1) Kategori Ekonomi

Pengungkapan kategori ekonomi terbagi atas empat item indikator yaitu kinerja ekonomi, keberadaan pasar, dampak ekonomi tidak langsung, dan praktik pengadaan. Dari empat item indikator yang tersedia, pada tahun 2015 PT Telkom Indonesia (Persero) mengungkapkan tiga item indikator dengan komposisi tiga indeks kinerja ekonomi, satu indeks keberadaan pasar, dan dua indeks dampak ekonomi tidak langsung. Berikut merupakan rincian pengungkapan kategori ekonomi pada tahun 2015.

Tabel 4.5.5 Pengungkapan Kategori Ekonomi Tahun 2015

| Item Indikator                   | Total Indeks<br>GRI Tersedia | Total Indeks<br>GRI Diungkap | Persentase<br>(%) |
|----------------------------------|------------------------------|------------------------------|-------------------|
| Kinerja ekonomi                  | 4                            | 3                            | 75%               |
| Keberadaan pasar                 | 2                            | 1                            | 50%               |
| Dampak ekonomi<br>tidak langsung | 2                            | 2                            | 100%              |
| Praktik<br>pengadaan             | 1                            | 0                            | 0%                |

Berdasarkan rincian tabel di atas dapat disimpulkan bahwa kategori ekonomi secara keseluruhan pada tahun 2015 diungkapkan dengan



persentase total 66%. Tiga indeks yang diungkap dalam indikator kinerja ekonomi adalah sebagai berikut.

- (1) G4-EC 1, mengenai nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan. Sama seperti tahun 2013 dan 2014 bahwa dalam laporan keberlanjutan tahun 2015 telah diungkapkan secara lengkap terkait pendapatan, beban dan biaya operasional, gaji, dividen, dan nilai ekonomi yang didistribusikan yakni sebesar Rp 75.765 Miliar atau terus meningkat dari dua periode sebelumnya. Pengungkapan nilai ekonomi langsung yang didistribusikan sejalan dengan *stakeholder theory* menurut Mardikanto (2014), yang menyatakan bahwa organisasi harus memahami kewajiban dan tanggungjawab mereka terhadap stakeholder dan shareholdersnya yang dapat diimplementasikan melalui penyampaian informasi nilai ekonomi secara detail yang transparan. Selain itu, pengungkapan nilai ekonomi yang didistribusikan turut sejalan dengan teori signaling (Morris, 1987) yang menyatakan bahwa pembagian dividen atau informasi nilai ekonomi menjadi sinyal bagi para investor bahwa perusahaan dalam kondisi keuangan yang baik dan perusahaan memiliki komitmen dalam peyisihan laba



untuk kepentingan tanggungjawab sosial dan kesejahteraan shareholdersnya.

(2) G4-EC 2, mengenai implikasi finansial dan risiko serta peluang lainnya terhadap kegiatan organisasi karena perubahan iklim.

Dalam laporan keberlanjutan tahun 2015 telah diungkapkan secara lengkap terkait uraian risiko-risiko bisnis beserta dampak terhadap

perusahaan, metode pengelolaan risiko, biaya atas risiko, serta peluang. Contohnya, diungkap bahwa beberapa infrastruktur

pendukung dibangun melalui konstruksi fisik dasar yang terletak beberapa meter di atas tanah untuk mengurangi risiko banjir

(Laporan Keberlanjutan, 2015). Hal tersebut sesuai dengan teori instrumental dengan pendekatan *cause-related marketing* menurut

Varadjan & Menon (1988), bahwa perusahaan seyogyanya melakukan upaya peningkatan penjualan dan pembangunan merk

melalui dimensi tanggungjawab sosial sehingga tercipta kondisi yang saling menguntungkan. Artinya, perusahaan tidak semata-

mata mencari keuntungan melainkan turut melakukan upaya antisipasi kemungkinan terburuk yang terjadi akibat perubahan

iklim di mana gangguan perangkat dapat merugikan dan mengganggu kenyamanan pelanggan yang dapat berimplikasi pula



pada larinya pelanggan. Pengungkapan informasi implikasi finansial dan risiko serta peluang lainnya terhadap kegiatan organisasi karena perubahan iklim tuurt sejalan dengan teori signaling menurut Morris (1987), bahwa informasi risiko dan peluang terkait perubahan iklim dapat menjadi informasi penting sebagai nilai tambah atau sinyal bagi para investor terkait segala kemungkinan terbaik dan terburuk yang dapat terjadi.

- (3) G4-EC 3, mengenai cakupan kewajiban organisasi atas program imbalan pasti. Diungkapkan besaran dana pensiun adalah 18% dari gaji pokok karyawan dan Program Pensiun Manfaat Pasti (PPMP) dikelola PT Jiwasraya dengan proporsi 5% dari gaji bulanan karyawan (Laporan Keberlanjutan, 2015). Pada tahun 2015 kontribusi yang dikeluarkan Telkom Indonesia untuk PPMP adalah sebesar Rp 0 dan PPIP sebesar Rp 7 Miliar (Laporan Keberlanjutan, 2015). Hal tersebut sesuai dengan teori stakeholder menurut Gray et al. (1988) bahwa informasi yang andal dan relevan dapat menjadi nilai tambah bagi stakeholder dan shareholder terkait pemenuhan HAM dalam praktik ketenagakerjaan dan teori integratif dengan pendekatan *stakeholder management* menurut Garriga & Mele (2004) bahwa informasi program imbalan pasti



ditujukan kepada seluruh stakeholder atau pihak-pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh kebijakan perusahaan. Dalam hal ini karyawan, calon karyawan, investor, maupun calon investor dapat menilai kepatuhan perusahaan dalam pemenuhan hak-hak bagi para pekerjanya.

Satu indeks dalam indikator keberadaan pasar yang diungkapkan pada tahun 2015 adalah G4-EC 5, terkait rasio upah standar pegawai pemula menurut gender dibandingkan dengan UMR di lokasi operasional yang signifikan (Pedoman GRI, 2013). Dalam Laporan Keberlanjutan tahun 2015 diungkapkan bahwa terdapat lima lokasi operasional yang signifikan berikut besaran gaji dasar karyawan ketika menjadi karyawan baru, contohnya di Jakrat batasan UMR tahun 2015 adalah Rp 2.700.000 dan Telkom Indonesia menetapkan gaji karyawan baru sebesar Rp 6.700.000 atau di atas UMR. Hal tersebut sesuai dengan teori signaling yang diutarakan Morris (1987), bahwa pemberian upah karyawan baru di atas batasan UMR merupakan sinyal yang mengindikasikan perusahaan dalam kondisi keuangan yang baik sehingga mampu memenuhi tanggung jawab sosial utama perusahaan terhadap pekerjanya.



Adapun dua indeks dalam indikator dampak ekonomi tidak langsung yang diungkapkan adalah G4-EC 7, mengenai pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan yakni pembangunan BTS guna menambah penguatan broadband, melakukan pengembangan program Kampung UMKM digital bagi 1000 UMKM, serta melakukan pembangunan *creative camp* yang bertujuan untuk membimbing dan memotivasi masyarakat supaya lebih mandiri dan siap bersaing secara global guna pengentasan kemiskinan (Laporan Keberlanjutan, 2015). Hal tersebut sejalan dengan teori integratif dengan pendekatan *corporate social performance* yang diungkapkan Garriga & Mele (2004), bahwa pembangunan dan investasi infrastruktur ditujukan untuk mencari legitimasi sosial. Artinya, melalui serangkaian pembangunan dan investasi infrastruktur diharapkan masyarakat atau lingkungan sosial menerima kehadiran perusahaan berikut merasakan manfaat atas tanggungjawab sosial yang dilakukannya.

Selain itu, diungkapkan indeks G4-EC 8 mengenai dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan termasuk besarnya dampak. Telkom Indonesia melaksanakan program kemitraan dengan harapan agar tercipta kegiatan usaha mikro yang mandiri di lingkungan



masyarakat marginal. Program tersebut juga merupakan upaya mengurangi tingkat kemiskinan dan kesenjangan ekonomi, sebagaimana ditetapkan dalam SDGs, khususnya pada butir 10 yakni mengurangi kesenjangan atau ketidaksetaraan baik di dalam sebuah negara maupun diantara negara-negara di dunia (Laporan Keberlanjutan, 2015). Hal tersebut sejalan dengan teori integratif menurut Garriga dan Mele (2004) bahwa korporasi berfokus terhadap tuntutan sosial untuk mencapai legitimasi sosial dan prestige. Artinya, Telkom Indonesia berfokus untuk berkontribusi terhadap pengentasan isu-isu sosial sehingga tercapai penerimaan sosial dari masyarakat sekitar.

## 2) Kategori Lingkungan

Pengungkapan kategori lingkungan terbagi atas 12 item indikator yaitu bahan, energi, air, keanekaragaman hayati, emisi, efluen dan limbah, produk dan jasa, kepatuhan, transportasi, lain-lain, asesmen pemasok atas lingkungan, dan mekanisme pengaduan masalah lingkungan. Dari 12 item indikator yang tersedia, pada tahun 2015 Telkom Indonesia mengungkapkan lima item indikator dengan komposisi satu indeks energi, dua indeks emisi, satu indeks efluen dan limbah, satu indeks kepatuhan, dan satu indeks mekanisme pengaduan



masalah lingkungan. Berikut ini merupakan rincian pengungkapan kategori lingkungan dalam laporan keberlanjutan Telkom Indonesia pada tahun 2015.

Tabel 4.5.6 Pengungkapan Kategori Lingkungan Tahun 2015

| Item Indikator                  | Total Indeks GRI Tersedia | Total Indeks GRI Diungkap | Persentase (%) |
|---------------------------------|---------------------------|---------------------------|----------------|
| Bahan                           | 2                         | 0                         | 0%             |
| Energi                          | 5                         | 1                         | 60%            |
| Air                             | 3                         | 0                         | 33%            |
| Keanekaragaman hayati           | 4                         | 0                         | 0%             |
| Emisi                           | 7                         | 2                         | 14%            |
| Efluen dan limbah               | 5                         | 1                         | 20%            |
| Produk dan jasa                 | 2                         | 0                         | 0%             |
| Kepatuhan                       | 1                         | 1                         | 100%           |
| Transportasi                    | 1                         | 0                         | 0%             |
| Lain-lain                       | 1                         | 0                         | 0%             |
| Asesmen pemasok atas lingkungan | 2                         | 0                         | 0%             |
| Mekanisme pengaduan             | 1                         | 1                         | 100%           |



|            |  |  |  |
|------------|--|--|--|
| masalah    |  |  |  |
| lingkungan |  |  |  |

Berdasarkan rincian tabel di atas dapat disimpulkan bahwa untuk kategori lingkungan secara keseluruhan pada tahun 2015 diungkapkan dengan persentase total 17%. Indeks energi yang diungkapkan adalah G4-EN 6 terkait pengurangan konsumsi energi yang mengungkap pada tahun 2015 Telkom Indonesia mulai menerapkan penggunaan Top Saver untuk perangkat non inverter sehingga rugi penggunaan arus listrik dapat ditekan dan penerapan secara ketat jadwal pengoperasian penerangan melalui pemasangan timer penerangan luar gedung (Laporan Keberlanjutan, 2015). Hal tersebut sesuai dengan teori integratif dengan pendekatan *issues management* yang dikemukakan Garriga & Mele (2004) bahwa upaya pengurangan konsumsi energi dijabarkan sebagai informasi terkait bentuk respon perusahaan terhadap masalah sosial sekaligus sebagai peringatan atas potensi timbulnya ancaman lingkungan.

Indeks emisi yang diungkapkan adalah G4-EN 15 mengenai emisi gas rumah kaca langsung (cakupan 1) dan G4-EN 19 mengenai pengurangan emisi gas rumah kaca. Telkom Indonesia belum mengungkapkan secara detail laporan terkait emisi bruto GRK



langsung, laporan gas yang diperhitungkan dalam kalkulasi, dan laporan tahun dasar yang dipilih berikut alasan pemilihan tahun dasar tersebut, emisi pada tahun dasar, dan konteks perubahan yang signifikan pada emisi yang mengakibatkan kalkulasi ulang pada emisi tahun dasar (Pedoman GRI, 2013). Begitupula dengan G4-EN 19, dalam hal ini Telkom Indonesia belum mengungkapkan laporan-laporan yang dipersyaratkan dalam pedoman GRI (2013) tetapi sudah diungkapkan upaya-upaya perusahaan dalam rangka pengurangan emisi gas rumah kaca melalui penghematan listrik dengan lampu LED dan penggunaan AC ramah lingkungan (Laporan Keberlanjutan, 2015). Hal tersebut tentu tidak sejalan dengan teori stakeholder menurut Ghozali & Chariri (2007) yang menyatakan bahwa seluruh stakeholder berhak untuk memperoleh informasi terkait aktivitas perusahaan yang dapat berpengaruh terhadap keputusan. Artinya, tidak diungkapkannya laporan emisi gas rumah kaca secara detail dapat menimbulkan ketidaktahuan para stakeholder dan shareholder terkait sejauh mana produk dan jasa perusahaan memberikan dampak negatif terhadap atmosfer, yang perlu penanganan lebih lanjut sebagai bentuk tanggungjawab perusahaan terhadap lingkungan.



Indeks efluen dan limbah yang diungkapkan adalah G4-EN 23 mengenai bobot total limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan. Sama seperti tahun-tahun sebelumnya, pada tahun 2015 Telkom Indonesia hanya mengungkap secara naratif bahwa limbah organik dan non organik dikelola melalui kerjasama dengan Dinas Kebersihan setempat. Adapun limbah B3 (Bahan Berbahaya dan Beracun) seperti limbah lampu merkuri diserahkan kepada produsen merk Philips dan Osram untuk dikelola karena dua perusahaan tersebut memiliki fasilitas pengolahan limbah merkuri (Laporan Keberlanjutan, 2015). Hal tersebut tidak sejalan dengan teori stakeholder menurut Ghozali & Chariri (2007) yang menyatakan bahwa seluruh stakeholder berhak untuk memperoleh informasi terkait aktivitas perusahaan yang dapat berpengaruh terhadap keputusan. Dalam hal ini stakeholder dan shareholder menjadi tidak tahu berapa bobot limbah berbahaya dan tidak berbahaya sebagai sisa dari aktivitas operasional perusahaan di mana informasi tersebut sebenarnya penting untuk mengetahui ancaman-ancaman yang mungkin timbul terkait isu lingkungan.

Sedangkan indeks kepatuhan yang diungkap pada tahun 2015 adalah G4-EN 29 mengenai nilai moneter denda signifikan dan jumlah total sanksi non moneter karena ketidakpatuhan terhadap undang-



undang dan peraturan lingkungan. Dalam laporan keberlanjutan diungkapkan bahwa sejak 1 Januari 2009 hingga 31 Desember 2015 Telkom Indonesia berhasil mempertahankan sanksi administratif terkait pelanggaran undang-undang dengan nilai moneter dan non moneter nihil atau Rp 0. Adapun indeks mekanisme pengaduan masalah lingkungan yang diungkapkan dalam laporan keberlanjutan tahun 2015 adalah G4-EN 34 mengenai jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi. Diungkapkan bahwa Telkom Indonesia tidak menerima adanya pengaduan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi dari pihak manapun terkait dampak lingkungan (Laporan Keberlanjutan, 2015). Melalui penjabaran di atas maka dapat disimpulkan bahwa pada tahun 2015 Telkom Indonesia telah mengurangi pengungkapan indikator energi karena perusahaan secara perlahan berhasil mengurangi konsumsi energi sehingga dampak terhadap lingkungan turut berkurang dan untuk kepentingan efisiensi informasi, tidak perlu lagi diungkap informasi yang dinilai tidak relevan.

### 3) Kategori Sosial



Pengungkapan kategori sosial terbagi atas empat sub kategori dengan total keseluruhan 29 item indikator GRI 4.0. Empat sub kategori tersebut antara lain adalah praktik tenaga kerja dan kenyamanan kerja yang terdiri atas 8 item indikator dengan 16 indeks, Hak Asasi Manusia (HAM) yang terdiri atas 10 item indikator dengan 12 indeks, masyarakat yang terdiri atas 6 item indikator dengan 10 indeks, dan tanggung jawab atas produk yang terdiri atas 5 item indikator dengan 9 indeks. Dari total keseluruhan 29 item indikator yang tersedia dalam kategori sosial, berbeda dari tahun 2014 di mana tahun 2015 Telkom Indonesia mengungkapkan 20 indeks GRI 4.0. Berikut merupakan rincian pengungkapan kategori sosial PT Telkom Indonesia tahun 2015.

Tabel 4.5.7 Pengungkapan Sub Kategori Sosial Tahun 2015

| Item Indikator                            | Total Sub Indikator GRI Tersedia | Total Sub Indikator GRI Diungkap | Persentase (%) |
|---|----------------------------------|----------------------------------|----------------|
| Praktik tenaga kerja dan kenyamanan kerja | 8                                | 6                                | 75%            |
| Hak Asasi Manusia                         | 10                               | 1                                | 10%            |
| Masyarakat                                | 6                                | 3                                | 50%            |
| Tanggungjawab atas produk                 | 5                                | 3                                | 60%            |



Berdasarkan rincian tabel di atas dapat disimpulkan bahwa untuk kategori sosial secara keseluruhan pada tahun 2015 diungkapkan dengan persentase total 39%. Adapun 19 indeks atas 16 sub indikator yang diungkapkan adalah sebagai berikut.

- (1) G4-LA 1, mengenai jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan baru dan turnover karyawan menurut kelompok umur, gender, dan wilayah. Diungkapkan bahwa pada tahun 2015 jumlah pegawai baru yang direkrut adalah 387 orang. Adapun tingkat turnover karyawan 2015 sebesar 8 yang mana delapan orang atas permintaan sendiri, satu orang karena menjadi direksi BUMN atau pejabat pemerintah, dan dua orang karena pelanggaran disiplin (Laporan Keberlanjutan, 2015). Hal tersebut sesuai dengan teori instrumental dengan pendekatan *strategic goal of achieving competitive advantages* menurut Garriga dan Mele (2004) bahwa perusahaan atau dalam hal ini Telkom Indonesia melakukan langkah strategis sebagai upaya pengalokasian sumber daya untuk mencapai tujuan sosial jangka panjang dan menghasilkan keunggulan kompetitif. Artinya, manajemen SDM Telkom Indonesia telah menyusun langkah strategis terkait rekrutmen karyawan, pembatasan usia maksimum kerja, batasan usia dalam



rekrutmen karyawan, dan lain sebagainya sebagai upaya pencapaian target dan cita-cita kompetitif karyawan melalui tersedianya SDM yang mumpuni.

- (2) G4-LA 2, mengenai tunjangan yang diberikan bagi karyawan purna waktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu berdasarkan lokasi operasi yang signifikan. Pada laporan keberlanjutan tahun 2015 diungkapkan bahwa jumlah yang dibayarkan untuk remunerasi karyawan purna waktu sebesar Rp 11.874 Miliar. Adapun biaya pelayanan kesehatan Rp 174 Miliar, biaya program pensiun PPMP Rp 0 atau nihil, dan PPIP Rp 7 Miliar (Laporan Keberlanjutan, 2015). Hal tersebut sejalan dengan teori stakeholder menurut Ghozali dan Chariri (2007) bahwa perusahaan atau dalam hal ini Telkom Indonesia tidak hanya sekedar beroperasi untuk kepentingannya sendiri, melainkan turut memberi manfaat pada stakeholdernya atau dalam hal ini karyawan. Artinya, setelah karyawan berupaya untuk memberikan kinerja terbaiknya maka ketika akhir masa tugas Telkom Indonesia tetap memberikan manfaat dalam bentuk jaminan kesejahteraan melalui program pensiun. Selain itu, pengungkapan informasi tunjangan yang diberikan bagi karyawan purna waktu yang tidak diberikan bagi



karyawan sementara atau paruh waktu berdasarkan lokasi operasi yang signifikan sejalan dengan teori signaling menurut Morris (1987) yang menyatakan bahwa kontribusi Telkom Indonesia dalam bentuk sponsor terhadap program pensiun, yakni manfaat pasti dan iuran pasti merupakan indikasi atau sinyal kepada para investor atau calon investor bahwa kondisi keuangan perusahaan adalah baik.

- (3) G4-LA 6, mengenai jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang, kemangkiran, serta jumlah total kematian akibat kerja menurut daerah dan gender. Pada tahun 2015 diungkapkan bahwa Telkom Indonesia kembali meraih penghargaan *Zero Accident* dari Kemenkertrans Direktorat Jenderal Pembinaan Pengawasan Ketenagakerjaan dalam kurun waktu tiga tahun berturut-turut (Laporan Keberlanjutan, 2015). Hal tersebut sesuai dengan teori instrumental dengan pendekatan *strategic goal of achieving competitive advantages* menurut Garriga dan Mele (2004) yang berbunyi bahwa perusahaan atau dalam hal ini Telkom Indonesia melakukan langkah strategis sebagai upaya untuk mencapai tujuan sosial jangka panjang dan menghasilkan keunggulan kompetitif. Artinya, manajemen Telkom Indonesia telah menyusun langkah



strategis terkait kesehatan dan keselamatan kerja sehingga tercipta kondisi atau ruang bekerja yang nyaman dan terbebas dari kecelakaan kerja hingga tercapai target dan keunggulan kompetitif perusahaan.

- (4) G4-LA 8, mengenai topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja. Dalam hal ini dalam laporan keberlanjutan tahun 2015 tidak diungkapkan secara detail terkait topik kesehatan dan keselamatan apa saja yang tercakup dalam perjanjian formal, sesuai dengan pedoman GRI (2013). Hal tersebut tidak sejalan dengan teori stakeholder menurut Mardikanto (2014) bahwa stakeholder memudahkan perusahaan untuk memahami kewajiban dan tanggungjawabnya, begitupula sebaliknya. Ketidaktersediaan informasi terkait topik kesehatan dan keselamatan kerja dalam perjanjian kerja dapat menimbulkan keraguan stakeholder tentang apakah perusahaan benar-benar telah menjamin kesehatan dan keselamatan kerja baik bagi karyawan maupun para pemasoknya ataukah tidak. Maka dalam hal ini seharusnya Telkom Indonesia mengungkapkan sekilas atau contoh sederhana tentang topik kesehatan dan keselamatan kerja dalam perjanjian kerjasama.



(5) G4-LA 9, mengenai jam pelatihan rata-rata per tahun per karyawan menurut gender dan menurut kategori karyawan. Dalam laporan keberlanjutan tahun 2015 diungkap bahwa karyawan Telkom Indonesia telah mengikuti pelatihan pengembangan kompetensi dengan jumlah jam pelatihan per karyawan sebesar 1,34 jam/karyawan dengan memperhatikan kesetaraan gender. Namun dalam hal ini tidak diungkapkan informasi pelatihan menurut kategori karyawan. Diungkapkan pula program SUSPIM telah dilaksanakan sebanyak 10 program dan telah meluluskan sebanyak 408 orang, sedangkan pelatihan reguler telah dilaksanakan sebanyak 928 program dengan peserta sebanyak 17.424 orang dengan komposisi 1311 (19%) peserta wanita dan 14.113 (81%) peserta pria (Laporan Keberlanjutan, 2015). Pengungkapan informasi jam pelatihan karyawan sejalan dengan teori stakeholder menurut Gray et al. (1988) bahwa kelangsungan hidup perusahaan bergantung pada dukungan stakeholder sehingga aktivitas perusahaan dalam mencari dukungan dapat dilakukan melalui upaya pengungkapan informasi yang andal dan relevan mengenai aktivitas operasi perusahaan yang berguna sebagai dasar pengambilan keputusan. Artinya, pengungkapan informasi jam



pelatihan dapat menjadi dasar pertimbangan para stakeholder terkait bagaimana perusahaan berupaya untuk meningkatkan kualitas dan kinerja karyawan yang tentu berdampak langsung terhadap keberlanjutan perusahaan.

- (6) G4-LA 10, mengenai program untuk manajemen ketrampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberlanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti. Pada tahun 2015 diungkapkan bahwa Telkom Indonesia secara konsisten berupaya untuk memenuhi hak-hak karyawan seperti mengikutsertakan karyawan dalam pelatihan kewirausahaan yang diselenggarakan bagi karyawan yang telah memasuki usia diatas 50 tahun dengan tujuan memberi kesiapan karyawan memasuki masa purna bakti (Laporan Keberlanjutan, 2015). Hal tersebut sesuai dengan teori stakeholder dan teori signaling. Menurut Octavia (2012), keberhasilan usaha suatu perusahaan sangat bergantung pada keberhasilan manajemen dalam membina hubungan antara perusahaan dengan stakeholder. Dalam hal ini pemberian pelatihan kewirausahaan dilakukan sebagai upaya penjaminan kesejahteraan karyawan purna bakti sehingga tetap terjalin hubungan dan citra baik antara perusahaan dengan mantan



karyawan. Morris (1987) mengungkapkan bahwa teori signaling berfokus pada upaya pengungkapan informasi yang dapat menjadi nilai tambah dan daya tarik bagi investor. Dalam hal ini informasi program pelatihan kewirausahaan yang ditujukan bagi karyawan yang akan memasuki masa purna bakti bertujuan untuk memberi sinyal pada investor bahwa perusahaan berkomitmen untuk tetap menjamin kesejahteraan seluruh karyawan dan mantan karyawan sebagai bentuk tanggungjawab sosial perusahaan.

- (7) G4-LA 11, mengenai persentase karyawan yang menerima reuiv kinerja dan pengembangan karir secara reguler menurut gender dan kategori karyawan. Pada tahun 2015 diungkapkan bahwa Telkom Indonesia mengacu pada *staffing plan* dalam menetapkan pergerakan karir karyawan, yakni permintaan pengisian posisi yang lowong setingkat Pimpinan Unit atau Direksi kepada Direktur SDM (Laporan Keberlanjutan, 2015). Sebagai tindak lanjut atas pengembangan kompetensi, pada tahun 2015 sebanyak 2.419 karyawan menjalani *assessment* atau reuiv kinerja menurut kategori karyawan (Laporan Keberlanjutan, 2015). Hal tersebut sesuai teori instrumental dengan pendekatan *strategic goal of achieving competitive advantages* menurut Garriga & Mele (2004).



Dalam hal ini Telkom Indonesia melakukan langkah strategis dalam pengalokasian sumber daya untuk mencapai tujuan sosial jangka panjang dan menghasilkan keunggulan kompetitif melalui penilaian kinerja dan pengembangan karir karyawan secara berkala. Namun pada tahun 2015 tidak terdapat informasi mengenai persentase karyawan yang menerima reviu kinerja dan pengembangan karir secara reguler menurut gender dan kategori karyawan, namun hanya diungkap bahwa hak (kompensasi, benefit, kesempatan pengembangan karir dan kompetensi, waktu kerja, fasilitas kerja) dan kewajiban berlaku untuk seluruh karyawan tanpa membedakan gender (Laporan Keberlanjutan, 2015).

- (8) G4-LA 12, mengenai komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per kategori karyawan menurut gender, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya. Dalam laporan keberlanjutan tahun 2015 diungkapkan terdapat kesetaraan gender dalam rekrutmen berdasarkan kelompok usia dan jenis kelamin yakni karyawan kelompok usia 18-25 tahun terdiri atas 170 pria dan 200 wanita, kelompok usia 26-30 tahun terdiri atas 66 pria dan 30 wanita. Adapun kesetaraan



- gender dalam posisi manajerial tahun 2015 untuk Band Posisi I terdiri atas 92 pria dan 6 wanita, Band Posisi II terdiri atas 402 pria dan 28 wanita, dan Band Posisi III terdiri atas 1.686 pria dan 205 wanita (Laporan Keberlanjutan, 2015). Hal tersebut sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa perusahaan seyogyanya memenuhi kepentingan stakeholder terkait informasi penting yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan (Ghozali & Chariri, 2007). Artinya, melalui informasi komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per kategori karyawan menurut gender, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya stakeholder dapat mempertimbangkan poin keadilan perusahaan dalam pembagian kekuasaan atau jabatan.
- (9) G4-LA 13, mengenai rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan berdasarkan lokasi operasional yang signifikan. Pada tahun 2015 diungkapkan bahwa tidak ada perbedaan rasio remunerasi antara karyawan perempuan dengan laki-laki sehingga rasio gaji pokok dan remunerasi mencerminkan nilai 1.00 atau sama baik untuk level manajemen senior, manajemen madya, pengawas, maupun karyawan lainnya (Laporan Keberlanjutan, 2015). Hal tersebut



sejalan dengan teori stakeholder menurut Ghozali & Chariri (2007)

bahwa perusahaan tidak saja beroperasi untuk kepentingannya sendiri, melainkan harus memberi manfaat kepada stakeholdernya.

Melalui informasi rasio gaji pokok dan remunerasi karyawan, stakeholder dapat mempertimbangkan poin keadilan perusahaan dalam penetapan remunerasi sehingga baik karyawan laki-laki maupun perempuan dapat dijamin kesejahteraannya.

- (10) G4-LA 14, mengenai persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria praktik ketenagakerjaan. Pada tahun 2015 tidak diungkapkan persentase penapisan pemasok baru tetapi diungkapkan bahwa Telkom Indonesia masih tetap konsisten mengelola proses pengadaan dan kemitraan dengan penggunaan sistem e-auction melalui aplikasi yang meminimalkan kontak fisik antara pemasok atau mitra dengan panitia pengadaan karena keseluruhan proses tender dan negosiasi telah berbasis komputer sehingga berlangsung adil dan transparan (Laporan Keberlanjutan, 2015). Hal tersebut tidak memenuhi teori stakeholder yang mana dalam hal ini stakeholder dan investor kehilangan informasi penting terkait persentase atau bobot hubungan kerjasama antara pemasok dan perusahaan.



(11) G4-LA 16, mengenai jumlah pengaduan praktik ketenagakerjaan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi. Dalam laporan keberlanjutan tahun 2015 diungkapkan bahwa tidak ada peristiwa pengaduan masalah ketenagakerjaan. Hal tersebut sejalan dengan teori integratif dengan pendekatan issues management menurut Garriga & Mele (2004) bahwa perusahaan dalam hal ini Telkom Indonesia menekankan pemberian respon terhadap masalah-masalah sosial yang berfungsi sebagai peringatan atas potensi timbulnya ancaman-ancaman sehingga perusahaan terbebas dari gugatan sosial.

(12) G4-HR 4, operasi dan pemasok teridentifikasi yang mungkin melanggar atau beresiko tinggi melanggar hak untuk melaksanakan kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama. Dalam laporan keberlanjutan tahun 2015 tidak terdapat informasi operasi dan pemasok teridentifikasi yang mungkin melanggar atau beresiko tinggi melanggar hak untuk melaksanakan kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama, tetapi diungkapkan Telkom Indonesia mengacu pada Undang-Undang No.13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan dan Perjanjian Kerja Bersama (PKB)



antara manajemen dan serikat karyawan, dalam seluruh kebijakan ketenagakerjaan untuk memastikan kepatuhan terhadap perundang-undangan yang berlaku dan meminimalkan terjadinya pelanggaran terhadap hak asasi manusia dalam hubungan kerja (Laporan Keberlanjutan, 2015). Hal tersebut kurang sejalan dengan teori stakeholder menurut Gray et al. (1988) di mana dalam hal ini stakeholder tidak mendapatkan informasi yang andal dan relevan terkait jaminan bebas pelanggaran HAM oleh pemasok sehingga ketika sewaktu-waktu terjadi pelanggaran maka pihak stakeholder turut dirugikan.

- (13) G4-SO 1, mengenai persentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, asesmen dampak, dan program pengembangan yang diterapkan. Pada tahun 2015 tidak diungkap persentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal dan asesmen dampak, tetapi diungkapkan program-program pengembangan terutama untuk para mitra binaan yang mana merupakan masyarakat lokal (Laporan Keberlanjutan, 2015). Hal tersebut sejalan dengan teori integratif menurut Garriga & Mele (2004) dengan pendekatan *corporate social performance*, bahwa pelibatan masyarakat lokal dilakukan sebagai upaya mencari legitimasi sosial melalui elemen



definisi dasar dari tanggungjawab sosial. Artinya, pelibatan masyarakat atau mitra lokal dalam praktik operasi Telkom Indonesia merupakan upaya pencarian legitimasi sosial yang mana berarti perusahaan turut memberikan kontribusi terhadap pergerakan perekonomian masyarakat lokal melalui penyerapan tenaga kerja.

- (14) G4-SO 4, mengenai komunikasi dan pelatihan terkait kebijakan dan prosedur anti korupsi. Pada tahun 2015 diungkapkan bahwa Telkom Indonesia tetap mengkomunikasikan anti korupsi dan telah memiliki kebijakan anti korupsi dan anti fraud. Dalam hal ini manajemen giat melakukan upaya peningkatan pemahaman direksi dan karyawan terhadap segala hal yang berkaitan dengan komitmen dan sikap anti korupsi, melakukan upaya pencegahan tindak pidana korupsi, fraud dan sejenisnya melalui penerapan kode etik perusahaan dan *whistleblower system*, dan mengedepankan peran pengawasan dan penindakan yang dijalankan oleh satuan internal audit pada sisi pengawasan dan oleh *top management* dari sisi penindakan (Laporan Keberlanjutan, 2015). Hal tersebut sesuai dengan teori signaling menurut Morris (1987) yang mengungkapkan informasi terkait komunikasi



antikorupsi dapat dijadikan sebagai dasar pertimbangan bahwa perusahaan telah berupaya menjamin tidak terjadinya korupsi yang merugikan berbagai pihak.

(15) G4-SO 5, mengenai insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil. Dalam laporan keberlanjutan tahun 2015 diungkap terdapat 2 karyawan yang dikenai hukuman pemutusan hubungan kerja akibat terindikasi melakukan pelanggaran indisipliner berat (Laporan Keberlanjutan, 2015). Hal tersebut sejalan dengan teori signaling menurut Morris (1987) bahwa sekalipun terdapat insiden dugaan kecurangan dalam hal ini Telkom Indonesia memberikan sinyal bahwa perusahaan tetap dalam kondisi baik yang dibuktikan melalui kemampuan perusahaan dalam menanggulangi dan mencegah terulangnya insiden melalui pemberian tindak pidana untuk menimbulkan efek jera.

(16) G4-SO 7, mengenai jumlah total tindakan hukum terkait anti persaingan, anti trust, serta praktik monopoli dan hasilnya. Pada tahun 2015 diungkapkan bahwa tidak terjadi perkara hukum hanya masih berlangsung persidangan kasus hukum atas perkara tahun 2013 dimana Telkom digugat oleh KPPU atas pelanggaran pasal 5 UU No 5 Tahun 1999. Hal tersebut sejalan dengan teori stakeholder



bahwa pengungkapan informasi yang transparan, relevan, dan andal sangat membantu stakeholder dalam pertimbangan pengambilan keputusan.

(17) G4-PR 5, mengenai hasil survei untuk mengukur kepuasan pelanggan. Sama seperti tahun 2014 di mana pada tahun 2015 Telkom Indonesia melakukan evaluasi kepuasan pelanggan melalui mekanisme survei Indeks Kepuasan Pelanggan (CSI) dan Indeks Loyalitas Pelanggan (CLI). Pada tahun 2015 hasil survei atas CSI sebesar 83,1% dan CLI 78,6% (Laporan Keberlanjutan, 2015). Hal tersebut sejalan dengan teori stakeholder menurut Octavia (2014) bahwa keberhasilan usaha perusahaan bergantung pada keberhasilan manajemen dalam membina hubungan antara perusahaan dengan stakeholdernya. Artinya, Telkom Indonesia berhasil menciptakan kepuasan dan loyalitas konsumen dengan serangkaian produk dan jasa yang ditawarkan sehingga dalam hal ini keberlangsungan usaha dapat terjamin.

(18) G4-PR 7, mengenai jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait komunikasi pemasaran. Diungkapkan bahwa pada tahun 2015 tidak terjadi insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan mengenai komunikasi



pemasaran (Laporan Keberlanjutan, 2015). Hal tersebut sejalan dengan teori stakeholder bahwa pengungkapan informasi yang transparan, relevan, dan andal sangat membantu stakeholder dalam pertimbangan pengambilan keputusan (Gray et al., 1988).

(19)G4-PR 8, mengenai jumlah keluhan yang terbukti terkait pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan.

Masih sama dengan tahun 2014 di mana pada tahun 2015 diungkapkan tidak terjadi keluhan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan. Hal tersebut sejalan dengan teori instrumental menurut Varadjan & Menon (1988) dengan pendekatan *cause related marketing* bahwa Telkom Indonesia berupaya meningkatkan penjualan dan meningkatkan hubungan konsumen melalui dimensi tanggungjawab sosial berupa terjaminnya privasi dan data pelanggan. Dalam hal ini perusahaan bertanggungjawab penuh terhadap kerahasiaan data pelanggan sehingga konsumen merasa aman dan nyaman dalam menggunakan jasa atau layanan dari Telkom Indonesia.

Dari empat sub kategori yang tersedia, PT Telkom Indonesia melakukan pengungkapan hampir sempurna pada kategori praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja dan kategori tanggung jawab



atas produk. Dapat disimpulkan persentase total pengungkapan kegiatan CSR tahun 2015 sebagai berikut.

Tabel 4.5.8 Pengungkapan Kegiatan CSR Tahun 2015

| Item Indikator | Total Indeks GRI Tersedia | Total Indeks GRI Diungkap | Persentase (%) |
|----------------|---------------------------|---------------------------|----------------|
| Ekonomi        | 9                         | 6                         | 66%            |
| Lingkungan     | 34                        | 6                         | 17%            |
| Sosial         | 48                        | 19                        | 39%            |
| Total          | 91                        | 31                        | 34%            |

Hingga tahun 2015 kategori ekonomi tetap merupakan kategori yang paling banyak diungkapkan oleh PT Telkom Indonesia (Persero) karena pada dasarnya visi Telkom Indonesia adalah menjadi pemimpin dalam industri ekonomi kreatif berbasis digital sehingga dapat meningkatkan taraf perekonomian masyarakat dan bangsa Indonesia.

Kecilnya persentase pengungkapan kategori lingkungan disebabkan karena bisnis perusahaan tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap kondisi lingkungan meskipun 90% kegiatan operasionalnya menggunakan energi listrik yang berasal dari sel tenaga matahari dan mikrohidro untuk *Base Transceiver Station* (BTS) serta pemanfaatan



pembangkit listrik *hybrid* yang menggabungkan sel surya dan tenaga angin untuk listrik dan pemeliharaan genset.

### 3. Tahun 2016 dan Tahun 2017

Pada tahun 2016 dan 2017 PT Telkom Indonesia (Persero) mengungkapkan Laporan Keberlanjutan dan Laporan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan berpedoman pada *Global Reporting Initiative* (GRI) versi 4.0 yang akan diidentifikasi lebih lanjut sebagai berikut.

#### 1) Kategori Ekonomi

Pengungkapan kategori ekonomi terbagi atas empat item indikator yaitu kinerja ekonomi, keberadaan pasar, dampak ekonomi tidak langsung, dan praktik pengadaan. Dari empat item indikator yang tersedia, pada tahun 2016 dan 2017 PT Telkom Indonesia (Persero) mengungkapkan tiga item indikator dengan komposisi empat indeks kinerja ekonomi, dua indeks keberadaan pasar, dan dua indeks dampak ekonomi tidak langsung. Berikut merupakan rincian pengungkapan kategori ekonomi pada tahun 2016 dan 2017.

Tabel 4.5.9 Pengungkapan Kategori Ekonomi Tahun 2016 dan 2017

| Item Indikator  | Total Indeks<br>GRI Tersedia | Total Indeks<br>GRI Diungkap | Persentase<br>(%) |
|-----------------|------------------------------|------------------------------|-------------------|
| Kinerja ekonomi | 4                            | 3                            | 75%               |



|                               |   |   |      |
|-------------------------------|---|---|------|
| Keberadaan pasar              | 2 | 1 | 100% |
| Dampak ekonomi tidak langsung | 2 | 2 | 100% |
| Praktik pengadaan             | 1 | 0 | 0%   |

Berdasarkan rincian tabel di atas dapat disimpulkan bahwa kategori ekonomi secara keseluruhan pada tahun 2016 diungkapkan dengan persentase total 66%. Empat indeks yang diungkap dalam indikator kinerja ekonomi adalah sebagai berikut.

- (1) G4-EC 1, mengenai nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan. Sama seperti tahun 2013-2015 bahwa dalam laporan keberlanjutan tahun 2016 dan laporan tahunan 2017 telah diungkapkan secara lengkap terkait pendapatan, beban dan biaya operasional, gaji, deviden, dan nilai ekonomi langsung yang didistribusikan yakni sebesar Rp 89.456 Miliar atau terus meningkat sejak tiga tahun terakhir (Laporan Keberlanjutan, 2016). Contoh lain, pada tahun 2017 diungkapkan informasi dividen yang dibagikan yakni sebesar Rp 11.213 Miliar (*Annual Report*, 2017). Pengungkapan nilai ekonomi langsung yang didistribusikan sejalan dengan *stakeholder theory* menurut Mardikanto (2014), yang menyatakan bahwa organisasi harus



memahami kewajiban dan tanggungjawab mereka terhadap stakeholder dan shareholdersnya yang kemudian dapat diimplementasikan melalui penyampaian informasi nilai ekonomi secara detail yang transparan. Selain itu, pengungkapan pembagian dividen turut sejalan dengan teori signaling (Morris, 1987) yang menyatakan bahwa pembagian dividen atau informasi nilai ekonomi menjadi sinyal bagi para investor bahwa perusahaan dalam kondisi keuangan yang baik dan perusahaan memiliki komitmen dalam peyisihan laba untuk kepentingan tanggungjawab sosial dan kesejahteraan shareholdersnya.

- (2) G4-EC 2, mengenai implikasi finansial dan risiko serta peluang lainnya terhadap kegiatan organisasi karena perubahan iklim. Tetap konsisten seperti tahun 2013-2015, dalam laporan keberlanjutan tahun 2016 dan laporan tahunan 2017 diungkapkan secara lengkap terkait uraian risiko-risiko bisnis beserta dampak terhadap perusahaan, metode pengelolaan risiko, biaya atas risiko, serta peluang. Contohnya, diungkap bahwa beberapa infrastruktur pendukung dibangun melalui konstruksi fisik dasar yang terletak beberapa meter di atas tanah untuk mengurangi risiko banjir (Laporan Keberlanjutan, 2016). Hal tersebut sesuai dengan teori



instrumental dengan pendekatan *cause-related marketing* menurut Varadjan & Menon (1988), bahwa perusahaan seyogyanya melakukan upaya peningkatan penjualan dan pembangunan merk melalui dimensi tanggungjawab sosial sehingga tercipta kondisi yang saling menguntungkan. Artinya, perusahaan tidak semata-mata mencari keuntungan melainkan turut melakukan upaya antisipasi kemungkinan terburuk yang terjadi akibat perubahan iklim di mana gangguan perangkat dapat merugikan dan mengganggu kenyamanan pelanggan yang dapat berimplikasi pula pada larinya pelanggan. Pengungkapan informasi implikasi finansial dan risiko serta peluang lainnya terhadap kegiatan organisasi karena perubahan iklim tuurt sejalan dengan teori signaling menurut Morris (1987), bahwa informasi risiko dan peluang terkait perubahan iklim dapat menjadi informasi penting sebagai nilai tambah atau sinyal bagi para investor terkait segala kemungkinan terbaik dan terburuk yang dapat terjadi.

- (3) G4-EC 3, mengenai cakupan kewajiban organisasi atas program imbalan pasti. Dalam laporan keberlanjutan diungkapkan bahwa berdasarkan peraturan perusahaan tanggal 24 Juni 2016 terdapat kenaikan manfaat pensiun kepada janda/duda/anak peserta



pensiunan dari 60% menjadi 75% guna meningkatkan kesejahteraan pensiunan (Laporan Keberlanjutan, 2016). Selain itu, Telkom Indonesia memberi manfaat lain sebesar Rp6 juta kepada penerima manfaat dari peserta yang berhenti kerja sebelum akhir juni 2002 dan Rp3 juta kepada penerima manfaat dari peserta berhenti sejak akhir Juni 2002 hingga 31 Mei 2016 (Laporan Keberlanjutan, 2016). Adapun manfaat lain pada tahun 2017 yakni sebesar Rp 4,5 Juta kepada penerima manfaat dari peserta yang berhenti kerja sejak akhir juni 2002 dan Rp 2,25 Juta kepada penerima manfaat dari peserta berhenti sejak akhir Juni 2002 hingga 30 April 2017 (*Annual Report*, 2017). Diungkapkan pula kontribusi tahunan Telkom Indonesia 2016 kepada PPIP adalah sebesar Rp 9 Miliar dan tidak diungkap kontribusi kepada PPMP (Laporan Keberlanjutan, 2016). Sedangkan kontribusi perusahaan tahun 2017 terhadap PPIP adalah sebesar Rp 10 Miliar (*Annual Report*, 2017). Hal tersebut sesuai dengan teori stakeholder menurut Gray et al. (1988) bahwa informasi yang andal dan relevan dapat menjadi nilai tambah bagi stakeholder dan shareholder terkait pemenuhan HAM dalam praktik ketenagakerjaan dan teori integratif dengan pendekatan *stakeholder management* menurut



Garriga & Mele (2004) bahwa informasi program imbalan pasti ditujukan kepada seluruh stakeholder atau pihak-pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh kebijakan perusahaan. Dalam hal ini karyawan, calon karyawan, investor, maupun calon investor dapat menilai kepatuhan perusahaan dalam pemenuhan hak-hak bagi para pekerjanya.

Satu indeks dalam indikator keberadaan pasar yang diungkapkan pada tahun 2016 dan 2017 adalah G4-EC 5, mengenai rasio upah standar pegawai pemula menurut gender dibandingkan dengan upah minimum regional di lokasi operasional yang signifikan. Dalam Laporan Keberlanjutan tahun 2016 diungkapkan bahwa terdapat lima lokasi operasional yang signifikan berikut besaran gaji dasar karyawan ketika menjadi karyawan baru, contohnya di Medan batasan UMR adalah Rp 2.271.255 dan Telkom Indonesia menetapkan gaji karyawan baru sebesar Rp 7.400.000 atau tiga kali lebih besar di atas UMR (Laporan Keberlanjutan, 2016). Hal tersebut sesuai dengan teori signaling yang diutarakan Morris (1987), bahwa pemberian upah karyawan baru di atas batasan UMR merupakan sinyal yang mengindikasikan perusahaan dalam kondisi keuangan yang baik sehingga mampu memenuhi tanggung jawab sosial utama perusahaan



terhadap pekerjaanya. Tetapi pada tahun 2017, perusahaan tidak mengungkapkan informasi terkait lokasi operasional yang signifikan berikut besaran gaji dasar karyawan ketika menjadi karyawan baru. Dengan begitu, stakeholder maupun shareholder kehilangan informasi penting terkait salah satu indikator atau sinyal kondisi keuangan perusahaan. Selain itu, diungkap pula pada tahun 2016 dan 2017 diungkapkan rasio upah standar pegawai laki dan perempuan yakni 1:1 yang artinya sesuai ketentuan pemerintah tidak ada karyawan yang menerima gaji dan remunerasi di bawah UMR dan tidak ada perbedaan gender di dalamnya (Laporan Keberlanjutan dan *Annual Report*, 2016 & 2017).

Adapun dua indeks dalam indikator dampak ekonomi tidak langsung yang diungkapkan adalah G4-EC 7, mengenai pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan dan G4-EC 8, mengenai dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan termasuk besarnya dampak. Dalam laporan keberlanjutan tahun 2016 diungkapkan bahwa Telkom Indonesia berkontribusi dalam program rumah kreatif BUMN sebagai wadah peningkatan kualitas UKM Indonesia dalam bentuk pengadaan aplikasi digital dan kios digital serta pembangunan kampung digital yang bertujuan untuk menstimulasi



pembangunan ekonomi digital di Kabupaten Sleman (Laporan Keberlanjutan, 2016). Dalam aksi tersebut petani didorong untuk dapat memanfaatkan teknologi dalam upaya peningkatan kualitas kegiatan usaha pertanian. Tidak hanya itu, pada tahun 2017 diungkapkan Telkom Indonesia berkontribusi dalam pengembangan platform *blanja.com* untuk kemajuan UMKM di Indonesia dan perusahaan turut membangun pasar *Mama-mama* di Papua sebagai bentuk upaya peningkatan perekonomian masyarakat setempat (*Annual Report*, 2017). Hal tersebut sejalan dengan teori integratif dengan pendekatan *corporate social performance* yang diungkapkan Garriga & Mele (2004), bahwa pembangunan dan investasi infrastruktur ditujukan untuk mencari legitimasi sosial. Artinya, melalui serangkaian pembangunan dan investasi infrastruktur berupa penyediaan platform berbasis digital diharapkan masyarakat atau lingkungan sosial menerima kehadiran perusahaan berikut merasakan manfaat atas tanggungjawab sosial yang dilakukannya.

## 2) Kategori Lingkungan

Pengungkapan kategori lingkungan terbagi atas 12 item indikator

yaitu bahan, energi, air, keanekaragaman hayati, emisi, efluen dan limbah, produk dan jasa, kepatuhan, transportasi, lain-lain, asesmen



pemasok atas lingkungan, dan mekanisme pengaduan masalah lingkungan. Dari 12 item indikator yang tersedia, pada tahun 2016 dan 2017 Telkom Indonesia mengungkapkan lima item indikator dengan komposisi satu indeks energi, satu indeks emisi, satu indeks efluen dan limbah, satu indeks kepatuhan, dan satu indeks mekanisme pengaduan masalah lingkungan. Berikut merupakan rincian pengungkapan kategori lingkungan pada tahun 2016 dan tahun 2017.

Tabel 4.5.10 Pengungkapan Kategori Lingkungan Tahun 2016 dan Tahun 2017

| Item Indikator        | Total Indeks GRI Tersedia | Total Indeks GRI Diungkap | Persentase (%) |
|-----------------------|---------------------------|---------------------------|----------------|
| Bahan                 | 2                         | 0                         | 0%             |
| Energi                | 5                         | 1                         | 20%            |
| Air                   | 3                         | 0                         | 0%             |
| Keanekaragaman hayati | 4                         | 0                         | 0%             |
| Emisi                 | 7                         | 1                         | 14%            |
| Efluen dan limbah     | 5                         | 1                         | 20%            |
| Produk dan jasa       | 2                         | 0                         | 0%             |
| Kepatuhan             | 1                         | 1                         | 100%           |
| Transportasi          | 1                         | 0                         | 0%             |
| Lain-lain             | 1                         | 0                         | 0%             |



|  |   |   |      |
|--|---|---|------|
| Asesmen pemasok atas lingkungan        | 2 | 0 | 0%   |
| Mekanisme pengaduan masalah lingkungan | 1 | 1 | 100% |

Berdasarkan rincian tabel di atas dapat disimpulkan bahwa untuk kategori lingkungan secara keseluruhan pada tahun 2016 dan 2017 diungkapkan dengan persentase total 15% atau dapat dikatakan konstan dari tahun 2015. Adapun indeks energi yang diungkapkan dalam kategori lingkungan adalah G4-EN 6 terkait pengurangan konsumsi energi. Diungkapkan bahwa pada tahun 2016 Telkom Indonesia masih terus merealisasikan penggunaan AC beteknologi inverter, mengganti pemakakaian freon dengan *refrigerant hydrocarbon*, mengganti lampu TL dengan LED yang memiliki efisiensi hingga 90%, dan melakukan upaya pembangunan BTS luar gedung yang tidak membutuhkan gardu dan pendingin sehingga mengurangi kebutuhan pendingin sebesar 30%.

Dalam hal ini jumlah pengurangan konsumsi listrik atas penggunaan LED dan AC ramah lingkungan pada tahun 2016 sebesar 8.126.502,76 KgCO<sub>2</sub> (Laporan Keberlanjutan, 2016). Sedangkan pengurangan konsumsi energi pada tahun 2017 diungkapkan sebesar 7.299.440



KgCO<sub>2</sub> (*Annual Report*, 2017). Hal tersebut sesuai dengan teori integratif dengan pendekatan *issues management* yang dikemukakan Garriga & Mele (2004) bahwa upaya pengurangan konsumsi energi dijabarkan sebagai informasi terkait bentuk respon perusahaan terhadap masalah sosial sekaligus sebagai peringatan atas potensi timbulnya ancaman lingkungan.

Adapun indeks emisi yang diungkapkan adalah G4-EN 19 mengenai pengurangan emisi gas rumah kaca. Dalam laporan keberlanjutan tahun 2016 diungkap bahwa Telkom Indonesia berinisiatif melakukan penghematan listrik dengan lampu LED dan penggunaan AC ramah lingkungan, sehingga pada tahun 2016 emisi CO<sub>2</sub> berkurang sebesar 8.126.502,76 Ton Eqv CO<sub>2</sub> (Laporan Keberlanjutan, 2016). Sedangkan pada tahun 2017 diungkapkan emisi CO<sub>2</sub> berkurang sebesar 9.256.337,56 Ton Eqv CO<sub>2</sub> (*Annual Report*, 2017). Hal tersebut sejalan dengan teori stakeholder menurut Ghazali & Chariri (2007) yang menyatakan bahwa seluruh stakeholder berhak untuk memperoleh informasi terkait aktivitas perusahaan yang dapat berpengaruh terhadap keputusan. Artinya, dengan diungkapkannya laporan emisi gas rumah kaca secara detail dapat memberikan informasi tambahan kepada para stakeholder dan shareholder terkait sejauh mana



produk dan jasa perusahaan memberikan dampak negatif terhadap atmosfer, yang dapat perusahaan tidaklanjuti sebagai bentuk tanggungjawab perusahaan terhadap lingkungan.

Indeks efluen dan limbah yang diungkapkan adalah G4-EN 23 terkait bobot total limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan.

Pada tahun 2016 dan 2017 Telkom Indonesia masih tetap tidak mengungkapkan nominal bobot limbah berdasar jenis dan metode pembuangan, tetapi mengungkapkan secara naratif bahwa limbah organik dan non organik dikelola melalui kerjasama dengan Dinas Kebersihan setempat sedangkan sampah yang tergolong limbah B3 (Bahan Berbahaya dan Beracun) seperti limbah lampu merkuri dikelola kepada produsen merk Philips dan Osram karena perusahaan tersebut memiliki fasilitas pengelolaan limbah merkuri (Laporan Keberlanjutan dan Annual Report, 2016 & 2017). Hal tersebut tidak sejalan dengan teori stakeholder menurut Ghozali & Chariri (2007) yang menyatakan bahwa seluruh stakeholder berhak untuk memperoleh informasi terkait aktivitas perusahaan yang dapat berpengaruh terhadap keputusan.

Dalam hal ini stakeholder dan shareholder menjadi tidaktahu berapa bobot limbah berbahaya dan tidak berbahaya sebagai sisa dari aktivitas operasional perusahaan di mana informasi tersebut sebenarnya penting



untuk mengetahui ancaman-ancaman yang mungkin timbul terkait isu lingkungan. Indeks kepatuhan yang diungkap pada tahun 2016 dan 2017 adalah G4-EN 29 mengenai nilai moneter denda signifikan dan jumlah total sanksi non moneter karena ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan lingkungan. Dalam laporan keberlanjutan diungkapkan bahwa sejak 1 Januari 2009 hingga 31 Desember 2017 Telkom Indonesia berhasil mempertahankan sanksi administratif terkait pelanggaran undang-undang lingkungan dengan nilai moneter dan non moneter nihil atau Rp0 (*Annual Report*, 2017). Adapun indeks mekanisme pengaduan masalah lingkungan yang diungkapkan dalam laporan keberlanjutan tahun 2016 dan laporan tahunan tahun 2017 adalah G4-EN 34 mengenai jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi. Diungkapkan bahwa Telkom Indonesia tidak mendapatkan pengaduan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi dari pihak manapun terkait dampak lingkungan. Melalui penjabaran di atas maka dapat disimpulkan bahwa pada tahun 2016 dan 2017 Telkom Indonesia telah mengurangi pengungkapan indikator energi karena perusahaan secara perlahan berhasil mengurangi konsumsi energi sehingga dampak



terhadap lingkungan turut berkurang dan untuk kepentingan efisiensi informasi, tidak perlu lagi diungkap informasi yang dinilai tidak relevan.

### 3) Kategori Sosial

Pengungkapan kategori sosial terbagi atas empat sub kategori dengan total keseluruhan 29 item indikator GRI 4.0. Empat sub kategori tersebut antara lain adalah praktik tenaga kerja dan kenyamanan kerja yang terdiri atas 8 item indikator dengan 16 indeks, Hak Asasi Manusia (HAM) yang terdiri atas 10 item indikator dengan 12 indeks, masyarakat yang terdiri atas 6 item indikator dengan 10 indeks, dan tanggung jawab atas produk yang terdiri atas 5 item indikator dengan 9 indeks. Dari total keseluruhan 29 item indikator yang tersedia dalam kategori sosial, pada tahun 2016 dan 2017 Telkom Indonesia mengungkapkan 15 indeks GRI 4.0. Berikut merupakan rincian pengungkapan kategori sosial PT Telkom Indonesia tahun 2016 dan 2017.

Tabel 4.5.11 Pengungkapan Sub Kategori Sosial Tahun 2016 dan 2017

| Item Indikator | Total Sub Indikator GRI Tersedia | Total Sub Indikator GRI Diungkap | Persentase (%) |
|----------------|----------------------------------|----------------------------------|----------------|
|----------------|----------------------------------|----------------------------------|----------------|



|   |    |   |       |
|---|----|---|-------|
| Praktik tenaga kerja dan kenyamanan kerja | 8  | 5 | 62,5% |
| Hak Asasi Manusia                         | 10 | 1 | 10%   |
| Masyarakat                                | 6  | 3 | 50%   |
| Tanggungjawab atas produk                 | 5  | 2 | 40%   |

Berdasarkan rincian tabel di atas dapat disimpulkan kategori sosial secara keseluruhan pada tahun 2016 dan 2017 diungkapkan dengan persentase total 31%. Adapun 15 indeks atas 16 sub indikator yang diungkapkan adalah sebagai berikut.

- (1) G4-LA 1, mengenai jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan baru dan turnover karyawan menurut kelompok umur, gender, dan wilayah. Diungkapkan bahwa pada tahun 2016 jumlah pegawai baru yang direkrut adalah 446 orang terdiri atas 220 pria dan 226 wanita (Laporan Keberlanjutan, 2016). Adapun tingkat turnover karyawan 2016 sebesar 11 orang yang mana karena atas permintaan sendiri (Laporan Keberlanjutan, 2016). Sedangkan pada tahun 2017 jumlah pegawai baru yang direkrut adalah 413 orang terdiri atas 253 pria dan 160 wanita (*Annual Report*, 2017). Adapun tingkat turnover karyawan 2017 sebesar 27 orang yang



mana karena atas permintaan sendiri, karena menjadi pejabat pemerintah, dan karena menikah dengan sesama karyawan Telkom Indonesia (Annual report, 2017). Hal tersebut sesuai dengan teori instrumental dengan pendekatan *strategic goal of achieving competitive advantages* menurut Garriga dan Mele (2004) bahwa perusahaan atau dalam hal ini Telkom Indonesia melakukan langkah strategis sebagai upaya pengalokasian sumber daya untuk mencapai tujuan sosial jangka panjang dan menghasilkan keunggulan kompetitif. Artinya, manajemen SDM Telkom Indonesia telah menyusun langkah strategis terkait rekrutmen karyawan, pembatasan usia maksimum kerja, batasan usia dalam rekrutmen karyawan, dan lain sebagainya sebagai upaya pencapaian target dan cita-cita kompetitif karyawan melalui tersedianya SDM yang mumpuni.

- (2) G4-LA 2, mengenai tunjangan yang diberikan bagi karyawan purna waktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu berdasarkan lokasi operasi yang signifikan. Dalam laporan keberlanjutan diungkapkan bahwa jumlah yang dibayarkan untuk remunerasi karyawan purnawaktu tahun 2016 sebesar Rp 12.713 Miliar. Adapun biaya pelayanan kesehatan sebesar Rp 165 Miliar,



biaya program PPMP nihil, dan PPIP Rp 8 Miliar (Laporan Keberlanjutan, 2016). Sedangkan pada tahun 2017 jumlah yang dibayarkan untuk remunerasi karyawan purnawaktu sebesar Rp 13.293 Miliar, biaya pelayanan kesehatan Rp 170 Miliar, biaya PPIP nihil, dan biaya PPMP Rp 8 Miliar (*Annual Report*, 2017). Hal tersebut sejalan dengan teori stakeholder menurut Ghozali dan Chariri (2007) bahwa Telkom Indonesia tidak hanya sekedar beroperasi untuk kepentingannya sendiri, melainkan turut memberi manfaat pada stakeholdernya atau dalam hal ini karyawan. Artinya, setelah karyawan berupaya untuk memberikan kinerja terbaiknya, maka ketika akhir masa tugas Telkom Indonesia tetap memberikan manfaat dalam bentuk jaminan kesejahteraan melalui program pensiun. Selain itu, informasi terkait tunjangan yang diberikan bagi karyawan purna waktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu turut sejalan dengan teori signaling menurut Morris (1987) yang menyatakan bahwa kontribusi Telkom Indonesia dalam bentuk sponsor terhadap program pensiun, yakni manfaat pasti dan iuran pasti merupakan indikasi atau sinyal kepada para investor atau calon investor bahwa kondisi keuangan perusahaan adalah baik.



(3) G4-LA 6, mengenai jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang, kemangkiran, serta jumlah total kematian akibat kerja menurut daerah dan gender. Pada tahun 2016 dan 2017 diungkapkan bahwa Telkom Indonesia kembali meraih penghargaan *Zero Accident* dari Kemenkertrans Direktorat Jenderal Pembinaan Pengawasan Ketenagakerjaan dalam kurun waktu lima tahun berturut-turut (*Annual Report*, 2017). Hal tersebut sesuai dengan teori instrumental dengan pendekatan *strategic goal of achieving competitive advantages* menurut Garriga dan Mele (2004) yang berbunyi bahwa perusahaan atau dalam hal ini Telkom Indonesia melakukan langkah strategis sebagai upaya untuk mencapai tujuan sosial jangka panjang dan menghasilkan keunggulan kompetitif. Artinya, manajemen Telkom Indonesia telah menyusun langkah strategis terkait kesehatan dan keselamatan kerja sehingga tercipta kondisi atau ruang bekerja yang nyaman dan terbebas dari kecelakaan kerja hingga tercapai target dan keunggulan kompetitif perusahaan.

(4) G4-LA 9, mengenai jam pelatihan rata-rata per tahun per karyawan menurut gender dan menurut kategori karyawan. Dalam laporan keberlanjutan tahun 2016 diungkapkan bahwa karyawan Telkom



Indonesia telah mengikuti pelatihan pengembangan kompetensi dengan jumlah jam pelatihan per karyawan sebesar 28,07 jam/karyawan dengan memperhatikan kesetaraan gender (Laporan Keberlanjutan, 2016). Sedangkan dalam laporan tahunan 2017 diungkapkan jam pelatihan rata-rata per tahun per karyawan sebesar 31.30 jam/karyawan dengan memperhatikan kesetaraan gender (*Annual Report*, 2017). Pengungkapan informasi jam pelatihan karyawan sejalan dengan teori stakeholder menurut Gray et al. (1988) bahwa kelangsungan hidup perusahaan bergantung pada dukungan stakeholder sehingga aktivitas perusahaan dalam mencari dukungan dapat dilakukan melalui upaya pengungkapan informasi yang andal dan relevan mengenai aktivitas operasi perusahaan yang berguna sebagai dasar pengambilan keputusan. Artinya, pengungkapan informasi jam pelatihan dapat menjadi dasar pertimbangan para stakeholder terkait bagaimana perusahaan berupaya untuk meningkatkan kualitas dan kinerja karyawan yang tentu berdampak langsung terhadap keberlanjutan perusahaan.

- (5) G4-LA 10, mengenai program untuk manajemen ketrampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberlanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti. Pada



tahun 2016 da 2017 diungkapkan bahwa Telkom Indonesia secara konsisten berupaya untuk memenuhi hak-hak karyawan seperti mengikutsertakan karyawan dalam pelatihan kewirausahaan yang diselenggarakan bagi karyawan yang telah memasuki usia diatas 50 tahun dengan tujuan memberi kesiapan karyawan memasuki masa purna bakti (Laporan Keberlanjutan dan Laporan Tahunan, 2016 & 2017). Hal tersebut sesuai dengan teori stakeholder dan teori signaling. Menurut Octavia (2012), keberhasilan usaha suatu perusahaan sangat bergantung pada keberhasilan manajemen dalam membina hubungan antara perusahaan dengan stakeholder. Dalam hal ini pemberian pelatihan kewirausahaan dilakukan sebagai upaya penjaminan kesejahteraan karyawan purna bakti sehingga tetap terjalin hubungan dan citra baik antara perusahaan dengan mantan karyawan. Morris (1987) turut mengungkapkan teori signaling, yakni teori yang berfokus pada upaya pengungkapan informasi yang dapat menjadi nilai tambah dan daya tarik bagi investor. Dalam hal ini informasi program pelatihan kewirausahaan yang ditujukan bagi karyawan yang akan memasuki masa purna bakti bermanfaat untuk memberi sinyal pada investor bahwa perusahaan berkomitmen untuk tetap menjamin



kesejahteraan seluruh karyawan dan mantan karyawan sebagai bentuk tanggungjawab sosial perusahaan.

- (6) G4-LA 11, mengenai persentase karyawan yang menerima reviu kinerja dan pengembangan karir secara reguler menurut gender dan kategori karyawan. Pada tahun 2016 diungkapkan bahwa Telkom Indonesia tetap konsisten mengacu pada *staffing plan* dalam menetapkan pergerakan karir karyawan, yakni pemintaan pengisian posisi yang lowong setingkat Pimpinan Unit atau Direksi kepada Direktur SDM (Laporan Keberlanjutan, 2016). Sebagai tindak lanjut atas pengembangan kompetensi, pada tahun 2016 sebanyak 2.4511 karyawan menjalani assessment atau reviu kinerja menurut ketegori karyawan (Laporan Keberlanjutan, 2016). Hal tersebut sesuai teori instrumental dengan pendekatan *strategic goal of achieving competitive advantages* menurut Garriga & Mele (2004), bahwa dalam hal ini Telkom Indonesia melakukan langkah strategis dalam pengalokasian sumber daya untuk mencapai tujuan sosial jangka panjang dan menghasilkan keunggulan kompetitif melalui penilaian kinerja dan pengembangan karir karyawan secara berkala. Namun pada tahun 2017 tidak diungkapkan informasi

mengenai persentase persentase karyawan yang menerima reviu



kinerja dan pengembangan karir secara reguler menurut gender dan kategori karyawan, tetapi diungkap bahwa hak (kompensasi, benefit, kesempatan pengembangan karir dan kompetensi, waktu kerja, fasilitas kerja) dan kewajiban berlaku untuk seluruh karyawan tanpa membedakan gender (*Annual Report*, 2017).

(22) G4-LA 12, mengenai komposisi badan tata kelola dan pembagian

karyawan per kategori karyawan menurut gender, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya. Dalam laporan keberlanjutan tahun 2016 diungkapkan terlaksana kesetaraan gender dalam rekrutmen berdasarkan kelompok usia yakni usia 18-25 tahun dengan komposisi 200 pria dan 202 wanita, kelompok usia 26-30 tahun dengan komposisi 20 pria dan 24 wanita (Laporan Keberlanjutan, 2016). Adapun kesetaraan gender dalam posisi manajerial tahun 2016 pada Band Posisi I terdiri atas 110 pria dan 8 wanita, Band Posisi II terdiri atas 420 pria dan 40 wanita, dan Band Posisi III terdiri atas 1.661 pria dan 212 wanita (Laporan Keberlanjutan, 2016). Begitupula pada

tahun 2017 diungkapkan terlaksana kesetaraan gender dalam rekrutmen berdasarkan kelompok usia yakni usia 18-25 tahun dengan komposisi 232 pria dan 147 wanita, kelompok usia 26-30



tahun dengan komposisi 21 pria dan 13 wanita (*Annual Report*, 2017). Adapun kesetaraan gender dalam posisi manajerial tahun 2017 pada Band Posisi I terdiri atas 111 pria dan 8 wanita, Band Posisi II terdiri atas 498 pria dan 44 wanita, dan Band Posisi III terdiri atas 2.027 pria dan 319 wanita (*Annual Report*, 2017). Hal tersebut sejalan dengan teori stakeholder menurut Garriga & Mele (2004) bahwa stakeholder berhak untuk mendapatkan informasi aktivitas perusahaan yang berguna dalam pengambilan keputusan. Artinya, melalui pengungkapan informasi komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per kategori karyawan menurut gender, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya maka stakeholder maupun shareholder dapat mempertimbangkan poin keadilan perusahaan dalam pembagian kekuasaan atau jabatan.

- (7) G4-LA 13, mengenai rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan berdasarkan lokasi operasional yang signifikan. Pada tahun 2016 dan 2017 diungkapkan bahwa tidak ada perbedaan rasio remunerasi antara karyawan perempuan dengan laki-laki sehingga rasio gaji pokok dan remunerasi mencerminkan nilai 1.00 atau



sama, baik untuk level manajemen senior, manajemen madya, pengawas, maupun karyawan lainnya. Apabila terdapat perbedaan besaran remunerasi, hal tersebut semata-mata terjadi sebagai hasil penilaian kinerja dan lama masa kerja (Laporan Keberlanjutan, 2016). Hal tersebut sejalan dengan teori stakeholder menurut Ghozali & Chariri (2007) bahwa perusahaan tidak saja beroperasi untuk kepentingannya sendiri, melainkan harus memberi manfaat kepada stakeholdernya. Melalui informasi rasio gaji pokok dan remunerasi karyawan, stakeholder dapat mempertimbangkan poin keadilan perusahaan dalam penetapan remunerasi sehingga tidak ada beda karyawan laki-laki maupun perempuan, seluruhnya mendapat jaminan kesejahteraan.

- (8) G4-LA 16, mengenai jumlah pengaduan praktik ketenagakerjaan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi. Di dalam laporan keberlanjutan tahun 2016 dan laporan tahunan tahun 2017 diungkapkan bahwa tidak terdapat peristiwa pengaduan masalah ketenagakerjaan namun dalam hal ini Telkom Indonesia telah menyediakan platform khusus untuk menangani keluhan praktik ketenagakerjaan yang dapat digunakan karyawan yakni HR Helpdesk, HR wiki, Employee aspiration, dan



Employee reference. Hal tersebut sejalan dengan teori integratif dengan pendekatan issues management menurut Garriga & Mele (2004) bahwa perusahaan dalam hal ini Telkom Indonesia menekankan pemberian respon terhadap masalah-masalah sosial yang berfungsi sebagai peringatan atas potensi timbulnya ancaman-ancaman sehingga perusahaan terbebas dari gugatan sosial.

- (9) G4-HR 4, mengenai operasi dan pemasok teridentifikasi yang mungkin melanggar atau beresiko tinggi melanggar hak untuk melaksanakan kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama. Dalam laporan keberlanjutan tahun 2016 dan laporan tahunan 2017 tidak terdapat informasi operasi dan pemasok teridentifikasi yang mungkin melanggar atau beresiko tinggi melanggar hak untuk melaksanakan kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama, tetapi diungkapkan bahwa Telkom Indonesia mengacu pada Undang-Undang No.13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan dan Perjanjian Kerja Bersama (PKB) antara manajemen dan serikat karyawan, dalam seluruh kebijakan ketenagakerjaan untuk memastikan kepatuhan terhadap perundang-undangan yang berlaku dan meminimalkan terjadinya pelanggaran terhadap hak



asasi manusia dalam hubungan kerja (Laporan Keberlanjutan, 2016). Hal tersebut kurang sejalan dengan teori stakeholder menurut Gray et al. (1988) di mana dalam hal ini stakeholder tidak mendapatkan informasi yang andal dan relevan terkait jaminan bebas pelanggaran HAM oleh pemasok sehingga ketika sewaktu-waktu terjadi pelanggaran maka pihak stakeholder turut dirugikan.

- (10) G4-SO 1, mengenai persentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, asesmen dampak, dan program pengembangan yang diterapkan. Dalam laporan keberlanjutan tahun 2016 dan laporan tahunan 2017 tidak diungkapkan berapa persentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal tetapi diungkapkan program-program pengembangan terutama untuk para mitra binaan yang mana merupakan masyarakat lokal (Laporan Keberlanjutan, 2016). Hal tersebut sejalan dengan teori integratif menurut Garriga & Mele (2004) dengan pendekatan *corporate social performance*, bahwa pelibatan masyarakat lokal dilakukan sebagai upaya mencari legitimasi sosial melalui elemen definisi dasar dari tanggungjawab sosial. Artinya, pelibatan masyarakat atau mitra lokal dalam praktik operasi Telkom Indonesia merupakan upaya pencarian legitimasi sosial yang mana berarti perusahaan turut



memberikan kontribusi terhadap pergerakan perekonomian masyarakat lokal melalui penyerapan tenaga kerja.

(11) G4-SO 4, mengenai komunikasi dan pelatihan terkait kebijakan dan prosedur anti korupsi. Pada tahun 2016 dan 2017 diungkapkan bahwa Telkom Indonesia tetap konsisten mengkomunikasikan anti korupsi dan telah memiliki kebijakan anti korupsi dan anti fraud.

Dalam hal ini manajemen selalu berupaya mencegah terjadinya korupsi yang diwujudkan melalui adanya pakta integritas yang wajib diisi oleh seluruh karyawan dan terdapat website khusus sebagai portal integritas karyawan (Laporan Keberlanjutan, 2016).

Selain itu, Telkom Indonesia rutin menyelenggarakan pelatihan anti korupsi yang diikuti seluruh karyawan secara bergilir (*Annual Report*, 2017). Hal tersebut sesuai dengan teori signaling menurut Morris (1987) yang mengungkapkan informasi terkait komunikasi antikorupsi dapat dijadikan sebagai dasar pertimbangan bahwa perusahaan telah berupaya menjamin tidak terjadinya korupsi yang merugikan berbagai pihak.

(12) G4-SO 7, mengenai jumlah total tindakan hukum terkait anti persaingan, anti trust, serta praktik monopoli dan hasilnya. Pada tahun 2016 diungkapkan bahwa atas kasasi yang diajukan KPPU



terhadap Mahkamah Agung (MA), dikeluarkan putusan yang menyatakan bahwa MA mengabulkan permohonan KPPU dan menghukum Telkom untuk membayar denda Rp18 miliar atas perkara tahun 2013 dimana Telkom digugat oleh KPPU atas pelanggaran pasal 5 UU No 5 Tahun 1999 (Laporan Keberlanjutan, 2016). Sedangkan pada tahun 2017 diungkapkan terdapat satu permasalahan hukum di mana Telkom Indonesia menjadi tergugat di Pengadilan Negeri Jakarta Selatan atas dugaan adanya itikad tidak baik berupa percobaan penghentian layanan transponder kepada PT Citra Sari Makmur dan hingga akhir tahun buku 2017 proses persidangan masih berlangsung dan belum diputuskan hasilnya (*Annual Report*, 2017). Hal tersebut sejalan dengan teori stakeholder bahwa pengungkapan informasi yang transparan, relevan, dan andal sangat membantu stakeholder dalam pertimbangan pengambilan keputusan.

- (13) G4-PR 5, mengenai hasil survei untuk mengukur kepuasan pelanggan. Tahun 2016 dan 2017 Telkom Indonesia kembali melakukan evaluasi kepuasan pelanggan melalui mekanisme survei Indeks Kepuasan Pelanggan (CSI) dan Indeks Loyalitas Pelanggan (CLI). Hasilnya adalah pada tahun 2016 segmen



pelanggan personal memperoleh nilai CSI sebesar 85,3% dan CLI 78,3% (Laporan Keberlanjutan, 2016). Sedangkan pada tahun 2017, segmen personal memperoleh nilai CSI sebesar 86,7% dan CLI sebesar 81,2% (*Annual Report*, 2013). Hal tersebut sejalan dengan teori stakeholder menurut Octavia (2014) bahwa keberhasilan usaha perusahaan bergantung pada keberhasilan manajemen dalam membina hubungan antara perusahaan dengan stakeholdernya. Artinya, Telkom Indonesia berhasil menciptakan kepuasan dan loyalitas konsumen dengan serangkaian produk dan jasa yang ditawarkan sehingga dalam hal ini keberlangsungan usaha dapat terjamin.

- (14) G4-PR 7, mengenai jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait komunikasi pemasaran. Diungkapkan bahwa pada tahun 2016 dan 2017 tidak terjadi insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan mengenai komunikasi pemasaran (Laporan Keberlanjutan dan Laporan tahunan, 2016 & 2017). Hal tersebut sejalan dengan teori stakeholder bahwa pengungkapan informasi yang transparan, relevan, dan andal sangat membantu stakeholder dalam pertimbangan pengambilan keputusan.



(15) G4-PR 8, mengenai jumlah keluhan yang terbukti terkait pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan. Pada tahun 2016 diungkapkan tidak terjadi keluhan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan (Laporan Keberlanjutan, 2016). Begitupula pada tahun 2017 diungkapkan bahwa tidak terjadi keluhan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan (*Annual Report*, 2017). Hal tersebut sejalan dengan teori instrumental menurut Varadjan & Menon (1988) dengan pendekatan *cause related marketing* bahwa Telkom Indonesia berupaya meningkatkan penjualan dan meningkatkan hubungan konsumen melalui dimensi tanggungjawab sosial berupa terjaminnya privasi dan data pelanggan. Dalam hal ini perusahaan bertanggungjawab penuh terhadap kerahasiaan data pelanggan sehingga konsumen merasa aman dan nyaman dalam menggunakan jasa atau layanan dari Telkom Indonesia.

Dari empat sub kategori yang tersedia, PT Telkom Indonesia melakukan pengungkapan hampir sempurna pada kategori praktik tenaga kerja dan kenyamanan bekerja sebab Telkom Indonesia memang berkomitmen penuh untuk selalu menjamin kesejahteraan karyawan yang dimulai dari kesehatan dan keselamatan kerja. Berdasarkan



keseluruhan paparan di atas dapat disimpulkan persentase total pengungkapan kegiatan CSR tahun 2016 dan tahun 2017 sebagai berikut.

Tabel 4.5.12 Pengungkapan Kegiatan CSR Tahun 2016 dan tahun 2017

| Item Indikator | Total Indeks GRI Tersedia | Total Indeks GRI Diungkap | Persentase (%) |
|----------------|---------------------------|---------------------------|----------------|
| Ekonomi        | 9                         | 6                         | 66%            |
| Lingkungan     | 34                        | 5                         | 15%            |
| Sosial         | 48                        | 15                        | 31%            |
| Total          | 91                        | 26                        | 29%            |

Hingga tahun 2017 kategori ekonomi tetap merupakan kategori yang paling banyak diungkapkan oleh PT Telkom Indonesia (Persero) karena pada dasarnya visi Telkom Indonesia adalah menjadi pemimpin dalam industri ekonomi kreatif berbasis digital sehingga dapat meningkatkan taraf perekonomian masyarakat dan bangsa Indonesia.

Kecilnya persentase pengungkapan kategori lingkungan disebabkan karena bisnis perusahaan tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap kondisi lingkungan meskipun 90% kegiatan operasionalnya menggunakan energi listrik yang berasal dari sel tenaga matahari dan mikrohidro untuk *Base Transceiver Station* (BTS) serta pemanfaatan



pembangkit listrik *hybrid* yang menggabungkan sel surya dan tenaga angin untuk listrik dan pemeliharaan genset.

### 1.6 Pembahasan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Telkom Indonesia (Persero) Tahun 2013-2017

Tabel 4.6.1 Rekapitulasi Indeks Yang Diungkapkan Tahun 2013-2017

| Kategori     | 2013      | 2014      | 2015      | 2016      | 2017      | Rata-rata Pengungkapan (%) |
|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------------------------|
| Ekonomi      | 6         | 6         | 6         | 6         | 6         | 66%                        |
| Lingkungan   | 8         | 8         | 6         | 5         | 5         | 18,6 %                     |
| Sosial       | 21        | 21        | 19        | 15        | 15        | 37,7 %                     |
| <b>Total</b> | <b>35</b> | <b>35</b> | <b>31</b> | <b>26</b> | <b>26</b> | <b>33 %</b>                |

Berdasarkan informasi pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa pengungkapan CSR yang dilakukan PT Telkom Indonesia (Persero) memiliki fokus utama pada pengungkapan kategori ekonomi yakni dengan persentase rata-rata selama lima tahun sebesar 66%. Fokus kedua berada pada pengungkapan kategori sosial dengan persentase rata-rata selama lima tahun sebesar 37,7%. Adapun pengungkapan dengan persentase rata-rata paling rendah yakni pada kategori lingkungan dengan persentase rata-rata sebesar



18,6%. Hal tersebut dikarenakan PT Telkom Indonesia (Persero) termasuk kategori perusahaan *low profile* di mana aktivitas organisasi memiliki dampak yang relatif rendah terhadap lingkungan, jika dibandingkan dengan perusahaan yang termasuk kategori *high profile* (Hakston & Milne, 2000). Sekalipun aktivitas operasional perusahaan menghabiskan banyak energi listrik, namun dalam hal ini PT Telkom Indonesia (Persero) berhasil mengembangkan langkah strategisnya dalam upaya pengurangan konsumsi energi melalui penggunaan energi alternatif maupun melalui penggunaan piranti yang bersifat ramah lingkungan (Laporan Keberlanjutan, 2016). Dengan begitu, hingga tahun 2017 Telkom Indonesia bebas dari permasalahan hukum terkait pelanggaran peraturan perundang-undangan lingkungan.

Kecilnya persentase pengungkapan indeks GRI 4.0 tidak menimbulkan permasalahan bagi segenap pemangku kepentingan sebab telah terbukti bahwa Telkom Indonesia berhasil mendapatkan berbagai penghargaan CSR seperti penghargaan Best Programmed Award 2015 dari Sindo Weekly CSR Award 2015 serta penganugerahan sertifikasi bidang lingkungan ISO 14001 oleh British Standards Institution atas *data center* yang dikelola oleh Telkom Sigma (Laporan Keberlanjutan, 2015). Dominasi pengungkapan kategori ekonomi disebabkan karena Telkom Indonesia bercita-cita untuk menjadi pemimpin dalam industri ekonomi kreatif berbasis digital yang dapat meningkatkan taraf



perekonomian masyarakat dan bangsa Indonesia (Laporan Tahunan, 2013).

Dengan begitu, Telkom Indonesia selalu berupaya untuk mengungkap penuh segala aspek ekonomi yang tertuang dalam pedoman GRI 4.0. Telkom Indonesia menyadari sebelum berkontribusi penuh terhadap peningkatan taraf perekonomian bangsa, Telkom Indonesia terlebih dahulu melakukan langkah strategis dalam mensejahterakan perekonomian karyawan dan segenap pemangku kepentingan perusahaan sesuai dengan butir-butir GRI 4.0 (Laporan Keberlanjutan, 2013).

Adapun pengungkapan informasi dalam kategori sosial didominasi oleh pengungkapan praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja serta tanggung jawab atas produk. Hal tersebut dikarenakan banyaknya upaya yang dilakukan oleh Telkom Indonesia untuk menciptakan kegiatan operasional yang memperhatikan keselamatan dan kesehatan kerja yang terefleksi di dalam program K3 yang dimiliki (Laporan Keberlanjutan, 2013). Alasan lain adalah Direktur Utama meyakini sumber daya manusia merupakan penentu utama keberhasilan kegiatan operasional yang bergerak dalam pemberian produk dan jasa layanan telekomunikasi digital (*Annual Report*, 2015). Tingginya

pengungkapan kategori ekonomi dan sosial yang dilakukan Telkom Indonesia secara keseluruhan merupakan refleksi dari teori stakeholder menurut Ghazali & Chariri (2007) dan Octavia (2012) yang menyebutkan bahwa seluruh

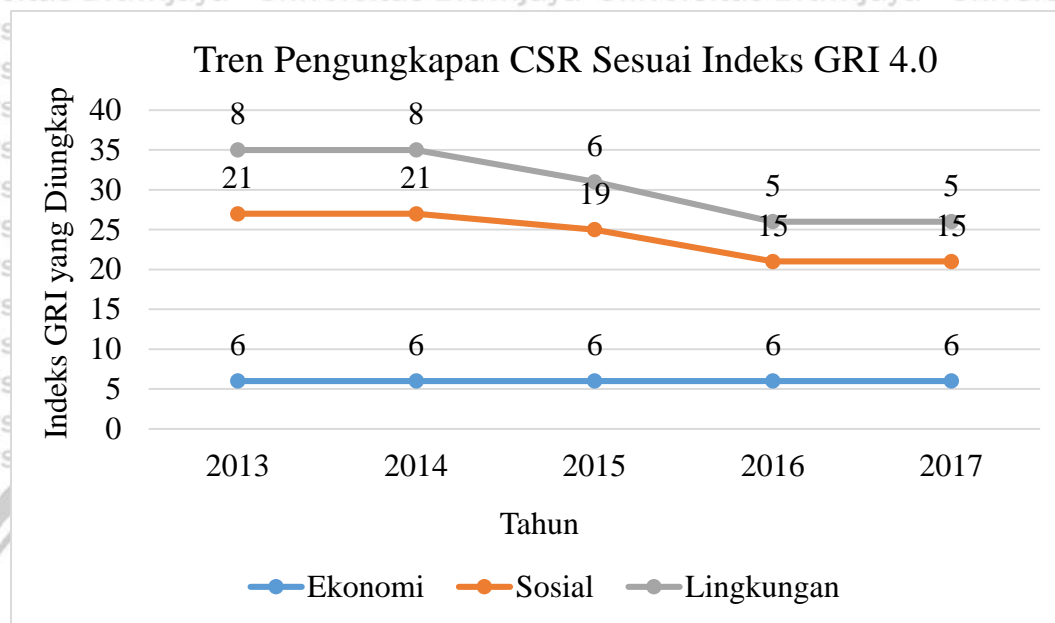


komponen perusahaan baik pemegang saham maupun pelaku organisasi di dalamnya berhak untuk diperlakukan secara adil. Perlakuan adil Telkom Indonesia kepada para pemegang saham atau pemangku kepentingan tercermin melalui pengungkapan informasi yang luas terhadap informasi ekonomi yang dapat dijadikan dasar pertimbangan pengambilan keputusan. Sedangkan perlakuan adil kepada pelaku organisasi di dalam perusahaan direpresentasikan melalui pengungkapan informasi kategori sosial dalam sub-kategori praktek ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja. Disimpulkan bahwa Telkom Indonesia memberi pembuktian tingkat kinerja dan profitabilitas yang baik kepada investor, khususnya pemerintah sebagai pemegang saham mayoritas sehingga pengungkapan kategori ekonomi ini menjadi fokus utama. Kategori sosial yang hampir sempurna dapat dijadikan alat bantu Telkom Indonesia untuk menarik calon investor. Hal tersebut merupakan representasi teori pensignalan (*signaling theory*) yang dikemukakan Suwardjono (2008:578) dan Morris (1987) bahwa manajemen perusahaan selalu berusaha mengungkapkan informasi yang menjadi nilai tambah dan daya tarik bagi pemegang saham.

Berikut ilustrasi tren pengungkapan CSR sesuai indeks GR1 4.0 periode 2013-



2017.



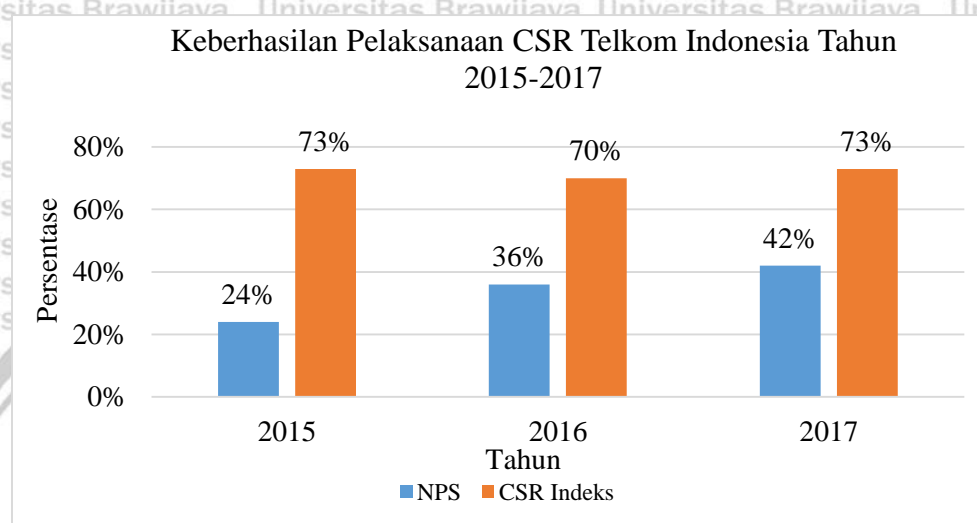
Sumber: Annual Report dan diolah sendiri

**Gambar 4.3 Tren Pengungkapan CSR Sesuai Indeks GRI 4.0**

Berdasarkan grafik tren di atas diketahui bahwa terdapat fluktuasi indeks GRI 4.0 yang diungkapkan oleh Telkom Indonesia setiap tahunnya. Hal tersebut mengindikasikan bahwa Telkom Indonesia berupaya untuk menyesuaikan pengungkapan informasi terbatas pada informasi yang dinilai relevan bagi seluruh pemangku kepentingan dan pemegang saham sesuai dengan aturan yang dipersyaratkan (Pedoman GRI, 2013). Sejalan dengan hasil penelitian Shiau dan Lou (2012), Vesel dan Zabkar (2010) dan Mulyono (2015) bahwa CSR berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan reputasi perusahaan sekaligus NPS merupakan parameter keberhasilan



pelaksanaan kegiatan CSR (Sumardy et al. 2011) maka dapat diilustrasikan keberhasilan CSR Telkom Indonesia selama tiga periode terakhir dalam penelitian sebagai berikut.



Sumber: Annual Report dan data diolah sendiri

Gambar 4.4 Keberhasilan Pelaksanaan CSR Telkom Indonesia Tahun 2015-2017

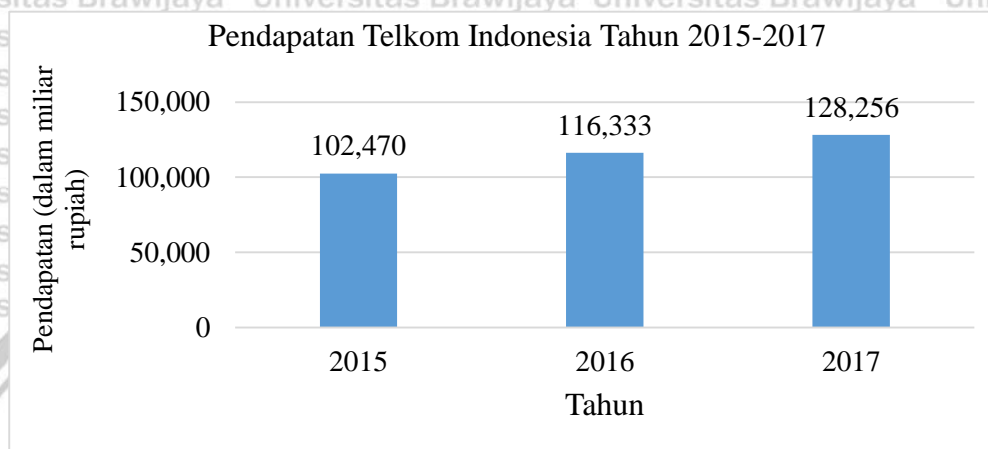
Berdasarkan diagram di atas diketahui bahwa NPS menunjukkan besaran anjuran masyarakat untuk menggunakan produk Telkom sebagai dampak kegiatan CSR terus meningkat selama tahun 2015-2017 (Sumardy et al., 2011).

Adapun CSR Indeks sebagai ukuran loyalitas pelanggan sebagai dampak kegiatan CSR (Vesel dan Zabkar, 2010), terlihat cenderung stabil pada tahun 2015-2017. Dengan begitu dapat dikatakan bahwa Telkom Indonesia cukup berhasil dalam merangkai kegiatan CSR sesuai dengan apa yang diinginkan oleh masyarakat dan pemangku kepentingan sehingga tercipta loyalitas



pelanggan. Loyalitas tersebut tentu berimplikasi pada pendapatan yang terus meningkat selama tiga tahun terakhir yang dapat diilustrasikan sebagai berikut.

Sumber: Annual report dan diolah sendiri



Gambar 4.5 Pendapatan Telkom Indonesia Tahun 2015-2017

Berdasarkan diagram di atas diketahui bahwa pendapatan Telkom Indonesia selama tiga tahun berturut-turut terus mengalami peningkatan yang salah satu faktor penyebabnya adalah loyalitas pelanggan dan anjuran penggunaan produk Telkom Indonesia. Hal ini berarti kegiatan CSR benar-benar memberikan dampak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.



## BAB V

### PENUTUP

#### 1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa data dan pembahasan dalam penelitian, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

1. PT Telkom Indonesia (Persero) telah melaksanakan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) selama periode yang diteliti yakni tahun 2013-2017 dan mengungkapkannya dalam laporan keberlanjutan dan laporan keuangan tahunan sesuai dengan pedoman GRI 4.0 sesuai “Inti” dengan pengungkapan standar khusus. Namun dalam hal ini terdapat gap antara pengungkapan standar pedoman yang berlaku umum, yakni GRI 4.0 dengan pengungkapan yang dilakukan perusahaan. Sebagai contoh, dalam laporan keberlanjutan dicantumkan perusahaan mengungkap indikator G4-EN 3 tetapi peneliti menemukan bahwa perusahaan belum mengungkapkan indikator tersebut sesuai dengan pedoman atau bahkan terdapat beberapa indikator yang dicantumkan tetapi ternyata di dalam laporan keberlanjutan maupun dalam laporan tahunan tidak dapat ditemukan informasi indeks tersebut.
2. Berdasarkan data yang telah diolah dalam penelitian ini, PT Telkom Indonesia (Persero) secara konsisten melakukan pengungkapan kategori ekonomi lebih tinggi dibandingkan pengungkapan kategori lingkungan dan kategori sosial. Hal tersebut dikarenakan pengungkapan kategori



ekonomi diyakini lebih mudah untuk diungkapkan dan diukur secara kuantitatif dan kualitatif jika dibandingkan dengan kategori lingkungan dan sosial yang cenderung bersifat subjektif.

3. Implementasi kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh PT Telkom Indonesia (Persero) dari tahun 2013-2017 lebih berfokus pada upaya pemberdayaan masyarakat melalui pendidikan dan pelatihan teknologi, penyuluhan kegiatan ekonomi berbasis digital, serta pembangunan sarana dan prasarana atau infrastruktur umum yang tersebar di wilayah Indonesia khususnya di sekitar kantor Telkom Indonesia. Maka dari itu, indeks-indeks dalam kategori ekonomi secara konsisten lebih banyak diungkapkan dalam laporan CSR perusahaan.
4. Biaya yang diinvestasikan PT Telkom Indonesia (Persero) untuk kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tahun 2013-2017 secara konsisten diungkapkan.

## 1.2 Keterbatasan Penelitian

Penulis menyadari bahwa penelitian ini jauh dari kata sempurna dan masih terdapat banyak keterbatasan yang disebabkan oleh beberapa kendala sebagai berikut.

1. Data yang digunakan terbatas pada data sekunder yang didapatkan penulis dari laporan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) maupun website resmi dari PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk.
2. Laporan Keberlanjutan yang digunakan dalam penelitian ini terbatas hanya dari tahun 2013-2017 sebab pada tahun dilaksanakannya penelitian,



perusahaan belum mempublikasikan laporan keuangan tahunan maupun laporan keberlanjutan tahun 2018 sehingga tidak dapat diakses oleh peneliti untuk digunakan sebagai data dalam penelitian ini.

### **1.3 Saran**

#### **1.3.1 Saran Bagi PT Telkom Indonesia (Persero)**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa data yang telah dilakukan, terdapat saran yang diajukan oleh peneliti yakni PT Telkom Indonesia (Persero) diharapkan dapat meningkatkan kualitas informasi yang diungkapkan dalam laporan keberlanjutan perusahaan berdasarkan indikator yang dipersyaratkan oleh *Global Reporting Initiatives* (GRI). Hal tersebut bertujuan untuk meyakinkan publik dan seluruh pemegang saham atau pemangku kepentingan bahwa PT Telkom Indonesia (Persero) berkomitmen untuk terus melakukan kegiatan CSR sebagai bentuk tanggungjawab dan kontribusi kepada masyarakat dan lingkungan. Selain itu, perusahaan diharapkan dapat mengungkapkan informasi secara konsisten sesuai dengan pedoman yang berlaku umum. Selain itu, diharapkan perusahaan dapat mempublikasikan laporan keuangan tahunan maupun laporan keberlanjutan secara tepat waktu sehingga dapat digunakan oleh pihak-pihak yang membutuhkan.

#### **1.3.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya**

Peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat meneruskan penelitian terkait analisis pengungkapan aktivitas CSR PT Telekomunikasi Indonesia



(Persero) Tbk yang tidak terbatas pada data sekunder, melainkan dikembangkan menggunakan data primer sehingga hasil penelitian lebih mencerminkan kebenaran berdasarkan apa yang dilihat dan didengar langsung oleh peneliti atas suatu objek. Selain itu, peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneruskan periode penelitian sesuai dengan laporan yang telah dipublikasikan perusahaan, terlebih pada tahun 2018 terdapat standar baru yang dipersyaratkan oleh GRI dalam pelaporan aktivitas CSR, yakni GRI Standards.





## DAFTAR PUSTAKA

- Boesso, G., Kumar, K. & Michelon, G. 2013. *Descriptive, Instrumental, and Strategic Approaches to Corporate Social Responsibility: Do They Drive The Financial Performance of Companies Differently?*. Journal of Accounting and Auditing, Vol. 42, p. 399-422.
- Cardani, L. 2000. *Corporate Mission Statements: A Strategic Management Issue*. University of St. Francis.
- Chariri, A. & Ghozali, I. 2007. *Teori Akuntansi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Cheng, M. & Christiawan, J.G. 2011. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Abnormal Return. Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Vol., 13, p. 24-36.
- Crowther, D. & Aras, G. 2008. *Global Perspective on Corporate Governance and CSR*. Farnham Surrey: Gower Publishing Limited.
- Donaldson, T. & Dunfee, T.W. 1999. *Towards a Unified Conception of Business Ethics: Integrative Social Contracts Theory*. Academy of Management Review 19, p. 252-284.
- Drucker, P.F. 2008. *Inovasi dan Kewiraswataan: Praktek dan Dasar-dasar (Terjemahan)*. Jakarta: Erlangga.
- Elkington, J. 2007. *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21<sup>st</sup> Century Business*. Oxford (UK): Capstone.
- Elphiana, E.G., Diah, Y.M., & Zen, M.K. 2017. Pengaruh Keselamatan dan Kesehatan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT Pertamina EP Asset 2 Prabumulih. Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Terapan, Vol. XIV No. 2, p. 103-118.
- Friedman, M. 1970. *The Social Responsibility of Business is to Increase It's Profits*. New York Magazine, p. 32-33.
- Frederick, W.C. 1994. *From CSR1 to CSR2: The Maturing of Business and Society Thought*. Journal of Business and Society, Vol. 33 No. 2, p. 150-164.
- Frynas, J.G. 2009. *Beyond Corporate Social Responsibility, Oil Multinationals and Social Challenges*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Garriga, E. & Mele, D. 2004. *Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory*. Journal of Business Ethic 53, p. 51-71.



- Gray, R., Owen, D. & Maunders, K. 1988. *Corporate Social Reporting: Emerging Trends in Accountability and the Social Contract*. Journal of Accounting, Auditing, and Accountability, Vol. 1, No. 1, p. 6-16.
- Hackston, D., & Milne, J.M. 2000. *Some Determinant of Social and Environmental Disclosures in New Zealand Companies*. Journal of Accounting, Auditing, and Accountability, Vol. 9 No. 1.
- Hadi, N. 2009. *Social Responsibility: Kajian Theoretical Framework dan Perannya Dalam Riset Akuntansi*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 4, No. 8, p. 88-109.
- Harori, M.I. & Gunarto, T. 2014. Analisis Implementasi Program CSR PTPN 7 Unit Usaha Beringin terhadap Kesejahteraan Masyarakat. Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Lampung, Vol. 3, No. 2, p. 211.
- Hasibuan, M. 2004. *Manajemen Sumberdaya Manusia*. Bandung: CV Alfabeta.
- Ikatan Akuntan Indonesia. (Revisi 2017). Kerangka Dasar SAK Umum. Diambil kembali dari Ikatan Akuntan Indonesia: [www.iaiglobal.or.id](http://www.iaiglobal.or.id)
- Iriantara, Y. 2004. *Community Relations Konsep dan Aplikasinya*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media.
- Ismail, M. 2009. *Corporate Social Responsibility and It's Role in Community Development: An International Perspective*. The Journal of International Social Research, p. 199-209.
- Ismail, S. 2011. *Corporate Social Responsibility: From Charity to Sustainability*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kakabadse, N. & Rozuel, C. 2000. *Corporate Social Responsibility and Stakeholder Approach: A Conceptual Review*. International Journal of Business Governance and Ethics, Vol. 1 No. 4, p. 277-302.
- Kuswana, W.S. 2014. *Ergonomi dan K3 (Kesehatan dan Keselamatan Kerja)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Kooskora, M. & Vau, K. 2011. *Strategic Corporate Responsibility: A Key For Surviving and Succeeding Through Turbulent Times*. Proceedings of 5<sup>th</sup> International Conference 'Management Theory and Practice: Synergy in Organizations', p.178.
- Luthan, E. 2010. Keterkaitan Antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Good Corporate Governance* (GCG) dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan. Bandung: Unpad Press.



- Maharani, S.N. 2014. *Sustainability Reporting* Sebagai Media Perusahaan Dalam Mengembangkan dan Melaporkan Kebijakan Bisnis Berkelanjutan. Jurnal Modernisasi, Vol. 10, No. 01, p. 21.
- Mangkunegara, A.P. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mardikanto, T. 2014. *Corporate Social Responsibility (Tanggung Jawab Sosial Korporasi)*. Bandung: Alfabeta.
- Marom, E.A & Sunuharyo, B.S. 2018. Pengaruh Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) Terhadap Kinerja Karyawan (Studi pada Karyawan Bagian Produksi Perusahaan PT Lion Metal Works Tbk). Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 60 No. 1, p. 187-194.
- Matten, D., Crane, A. & Chapple, W. 2003. *Behind deMask: Revealing the True Face of Corporate Citizenship*. Journal of Business Ethics 45, p. 109-120.
- Mulyono, K. 2015. Pengaruh CSR Terhadap Reputasi dan Kinerja dengan *Activist Targeting* sebagai Variabel Moderator pada Perusahaan Pertambangan di Indonesia. Jurnal Eksekutif, Vol. 12 No 1, p. 68-90.
- Moleong, L.J. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif Cetakan ke-36*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Morris, D & Richard. 1987. *Signaling, Agency Theory, and Accounting Policy Choice*. Journal of Accounting and Business Research. Vol. 12, No. 5, p. 655-720
- Natalia, R. & Tarigan, J. 2014. Pengaruh *Sustainability Report* terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Publik dari Sisi *Profitability Ratio*. Jurnal Ekonomi, Vol. 22, p. 111-120. Doi: 10.1017/CBO9781107415324.004.
- Nurmiyati. 2009. Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Penjualan terhadap Citra Perusahaan. (Tesis). Semarang (ID): Universitas Diponegoro. Diambil kembali dari [www.eprints.undip.ac.id](http://www.eprints.undip.ac.id) pada 12 Februari 2019 pukul 14.06 WIB.
- Octavia, I. 2012. Pengaruh Pengungkapan Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. (Skripsi). Jakarta (ID): Universitas Indonesia. Diambil kembali dari [www.lib.ui.ac.id](http://www.lib.ui.ac.id) pada 9 Februari 2019 pukul 23.02 WIB.
- Pedoman Pelaporan Keberlanjutan G4: Global Reporting Initiative. Diambil kembali dari [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)



Pemerintah Indonesia. 2000. Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2000 tentang Telekomunikasi. Jakarta: Sekretariat Negara.

\_\_\_\_\_. 2007. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Jakarta: Sekretariat Negara.

Pitoko, R.A. 2018. Brand Value Tembus Rp 72 Triliun, Telkom Satu-satunya Perusahaan RI di Global 500. Kompas Jakarta, <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/06/05/104900526/brand-value-tembus-rp-72-triliun-telkom-satu-satunya-perusahaan-ri-di-global> (online), diakses 12 Februari 2019 pukul 19.08 WIB.

Prayogo, D. 2011. *Social Responsible Corporation: Peta Masalah, Tanggungjawab Sosial, dan Pembangunan Komunitas pada Industri Tambang dan Migas*. Jakarta: UI Press.

Priyanka, A. 2013. *Sustainability Reporting and Its Impact on Corporate Financial Performance: A Literature Review*. Journal of Commerce & Management Studies, Vol. 4 No. 3, p. 51-59.

Rahardjo, S., & Gudnanto. 2011. *Pemahaman Individu Teknik Non Tes*. Kudus: Nora Media Enterprose.

Retno, Dyah, R., Priantinah, & Denies. 2012. Pengaruh *Good Corporate Governance* dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2007-2010). Jurnal Nominal Universitas Negeri Yogyakarta, Vol. 1, No. 1, p. 84-103.

Sagara, Y. 2015. Pengaruh *Good Corporate Governance*, Karakteristik Perusahaan dan Regulasi Pemerintah terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Jurnal Akuntabilitas UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Vol. VIII, No. 1, p. 78-89.

Santosa Ery, W.A. 2012. Corporate Social Responsibility: Dimensi dan Perspektif dalam Penelitian-Penelitian Empiris. Jurnal Ilmiah Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang, Vol. 8, No. 2, p. 63-77.

Sanusi. 2018. Kegiatan CSR Telkom Dinilai Efektif dan Berdampak Positif. Tribun News, <http://www.tribunnews.com/bisnis/2018/04/20/kegiatan-csr-telkom-dinilai-efektif-dan-berdampak-positif> (online), diakses 5 Februari 2019 pukul 19.36 WIB.



- Sari, Politon, Oktaviana, S. & Rustiyaningsih, S. 2013. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Manufaktur Go Publik. *Jurnal Riset Manajemen Akuntansi*, Vol. 1, No. 01, p. 1-9.
- Sari, R.A. 2012. Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. *Jurnal Nominal*, Vol. 1, No. 1.
- Satya, Y. 2014. GRI Keluarkan Pedoman CSR Generasi Ke- 4. *Harian Ekonomi NERACA*, <http://www.neraca.co.id/article/37745/gri-keluarkan-pedoman-csr-generasi-ke-4> (online), diakses 8 Februari 2019 pukul 22.49 WIB.
- Sekaran, U. 2011. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shiau, W.L. & Lou, M.M. 2012. *Factors Affecting Online Grup Buying Intention and Satisfaction: A Social Exchange Theory Perspective*. *Journal of Computers in Human Behaviour*, Vol. 28 No. 6, p. 2431-2444.
- Suharto, E. 2007. *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri: Memperkuat Tanggungjawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility)*. Bandung: Refika Aditama.
- Sumardy, Silviana, M. & Harsono. 2011. *Customer Loyalty Palybook*. Jakarta: Upnormals Publishing.
- Tim Financial Analysis. 2017. 2017, Kapitalisasi Pasar Telkom Tembus Rp 477,55 Triliun, <https://www.indotelko.com/read/1514605057/kapitalisasi-telkom-447-55> (online), diakses 18 Juli 2019 pukul 19.04 WIB.
- Telkom Indonesia. Laporan Keuangan Tahunan Tahun 2013-2017. Diakses online melalui [www.telkom.co.id](http://www.telkom.co.id)
- Utami, S., & Prastiti, SD. 2011. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap *Social Disclosure*. *Jurnal Ekonomi Bisnis Universitas Negeri Malang*, Vol. 16, No. 01, p. 63-68.
- Wareza, M. 2018. Laba Telkom 2017 Naik 14,41% jadi Rp 22,5 Triliun. *CNBC Indonesia*, <https://www.cnbcindonesia.com/market/20180314182316-17-7268/laba-telkom-2017-naik-1441-jadi-rp-2215-triliun> (online), diakses 5 Februari 2019 pukul 19.21 WIB.
- Wibisono, D. 2006. *Manajemen Kinerja, Konsep, Desain, dan Teknik Meningkatkan Daya Saing Perusahaan*. Jakarta: Erlangga.
- William. 2012. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Berdasarkan Pedoman Global reporting Initiative terhadap Nilai Perusahaan. (Tesis). Jakarta (ID): Universitas Indonesia. Diambil kembali dari [www.lib.ui.ac.id](http://www.lib.ui.ac.id) pada 9 Februari 2019 pukul 00.18 WIB.



Varadarajan, P.R. & Menon, A. 1988. *Cause-Related Marketing: a Coalignment of Marketing Strategy and Corporate Philanthropy*. Journal of Marketing 53, p. 58.

Vesel, P. & Zabkar, V. 2010. *Managing Customer Loyalty Through The Mediating Role of Satisfaction in The DIY Retail Loyalty Program*. Journal of Retailing An Consumer Service, Vol. 16, p. 396-406.





**Lampiran 1. Indikator Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)  
Berdasarkan *Global Reporting Initiative* (GRI) 4.0**

| <b>INDIKATOR EKONOMI</b>      |          |   |
|-------------------------------|----------|---|
| Kinerja Ekonomi               | G4- EC1  | Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan.   |
|                               | G4- EC2  | Implikasi finansial dari risiko serta peluang lainnya kepada kegiatan organisasi karena perubahan iklim.                                |
|                               | G4- EC3  | Cakupan kewajiban organisasi atas program imbalan pasti.  |
|                               | G4- EC4  | Bantuan finansial yang diterima dari pemerintah.  |
| Keberadaan Pasar              | G4- EC5  | Rasio upah standar pegawai pemula menurut gender dibandingkan dengan Upah Minimum Regional (UMR) di lokasi operasional yang signifikan. |
|                               | G4- EC6  | Perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan dari masyarakat lokal di lokasi operasi yang signifikan.                                |
| Dampak Ekonomi Tidak Langsung | G4- EC 7 | Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan.  |
|                               | G4- EC 8 | Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk besarnya dampak.  |
| Praktik Pengadaan             | G4- EC9  | Perbandingan pembelian dari pemasok lokal di lokasi operasional yang signifikan.  |
| <b>INDIKATOR LINGKUNGAN</b>   |          |   |
| Bahan                         | G4- EN1  | Bahan yang digunakan berdasarkan berat atau volume.   |
|                               | G4- EN2  | Persentase bahan yang digunakan yang merupakan bahan input daur ulang.  |
| Energi                        | G4- EN3  | Konsumsi energi dalam organisasi.   |
|                               | G4- EN4  | Konsumsi energi di luar organisasi.   |
|                               | G4- EN5  | Intensitas energi.  |
|                               | G4- EN6  | Pengurangan konsumsi energi.  |
|                               | G4- EN7  | Pengurangan kebutuhan energi pada produk dan jasa.  |
| Air                           | G4- EN8  | Total pengambilan air berdasarkan sumber.   |
|                               | G4- EN9  | Suber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air   |



|                       |          |   |
|-----------------------|----------|---|
| Keanekaragaman Hayati | G4- EN10 | Persentase dan total volume air yang didaur ulang dan digunakan kembali.  |
|                       | G4- EN11 | Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola di dalam, atau yang berdekatan dengan kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi di luar kawasan lindung.                        |
|                       | G4- EN12 | Uraian dampak signifikan kegiatan produk dan jasa terhadap keanekaragaman hayati di kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi di luar kawasan ndung.                                      |
|                       | G4- EN13 | Habitat yag dilindungi dan dipulihkan.  |
| Emisi                 | G4- EN14 | Jumlah total spesies dalam IUCN <i>Red List</i> dan spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat di tempat yang dipengaruhi operasional, berdasarkan tingkat rasio kepunahan.                 |
|                       | G4- EN15 | Emisi gas rumah kaca langsung (Cakupan 1).  |
|                       | G4- EN16 | Emisi gas rumah kaca tidak langsung (Cakupan 2).  |
|                       | G4- EN17 | Emisi gas rumah kaca tidak langsung lainnya (Cakupan 2).  |
|                       | G4- EN18 | Intensitas emisi gas rumah kaca.  |
|                       | G4- EN19 | Pengurangan emisi gas ruah kaca.  |
|                       | G4- EN20 | Emisi bahan perusak ozon.   |
| Eflluen dan Limbah    | G4- EN21 | NOx, SOx, dan emisi udara signifikan lainnya.   |
|                       | G4- EN22 | Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan.   |
|                       | G4- EN23 | Bobot total limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan.   |
|                       | G4- EN24 | Jumlah dan volume total tumpahan signifikan.  |
|                       | G4- EN25 | Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan konvensi basel lampiran I, II, III dan VIII yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah, dan persentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional. |



|   |          |  |
|---|----------|--|
|   | G4- EN26 | Identitas, ukuran, status lindung, dan nilai keanekaragaman hayati dari badan air dan habitat terkait yang secara signifikan terkena dampak dari air buangan dan limpasan dari organisasi. |
| Produk dan Jasa   | G4- EN27 | Tingkat mitigasi dampak terhadap dampak lingkungan produk dan jasa.  |
|   | G4- EN28 | Persentase produk yang terjual dan kemasannya yang direklamasi menurut kategori.   |
| Kepatuhan   | G4- EN29 | Nilai moneter denda signifikan dan jumlah total sanksi non moneter karena ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan lingkungan.  |
| Transportasi  | G4- EN30 | Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk dan barang lain serta bahan untuk operasional organisasi dan pengangkutan tenaga kerja.  |
| Lain-lain   | G4- EN31 | Total pengeluaran dan investasi perlindungan lingkungan berdasarkan jenis.   |
| Asesmen Pemasok atas Lingkungan                                     | G4- EN32 | Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan.   |
|   | G4- EN33 | Dampak lingkungan negatif signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil.  |
| Mekanisme Pengaduan Masalah Lingkungan                              | G4- EN34 | Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi.   |
| <b>INDIKATOR SOSIAL</b>   |          |  |
| <b>Sub Kategori: Praktik Ketenagakerjaan dan Kenyamanan Bekerja</b> |          |  |
| Kepegawaian   | G4- LA1  | Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan baru dan turnover karyawan menurut kelompok umur, gender, dan wilayah.  |
|   | G4- LA2  | Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purnawaktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu berdasarkan lokasi operasi yang signifikan.                                |



|   |          |   |
|---|----------|---|
|   | G4- LA3  | Tingkat kembali bekerja dan tingkat retensi setelah cuti melahirkan, menurut gender.  |
| Hubungan Industrial                           | G4- LA4  | Jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan operasional, termasuk apakah hal tersebut tercantum dalam perjanjian bersama.   |
| Kesehatan dan Keselamatan Kerja               | G4- LA5  | Persentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen-pekerja yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan kerja. |
|   | G4- LA6  | Jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang, dan kemangkiran serta jumlah total kematian akibat kerja, menurut daerah dan gender.                              |
|   | G4- LA7  | Pekerja yang sering terkena atau beresiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka.   |
|   | G4- LA8  | Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja.   |
| Pelatihan dan Pendidikan                      | G4- LA9  | Jam pelatihan rata-rata per tahun per karyawan menurut gender dan menurut kategori karyawan.  |
|   | G4- LA10 | Program untuk manajemen ketrampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberlanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti.                        |
|   | G4- LA11 | Persentase karyawan yang menerima revaluasi kinerja dan pengembangan karier secara reguler, menurut gender dan kategori karyawan.   |
| Keberagaman dan Kesetaraan Peluang            | G4- LA12 | Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per kategori karyawan menurut gender, kelompok usia, kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya.                  |
| Kesetaraan Remunerasi Perempuan dan Laki-laki | G4- LA13 | Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan, berdasarkan lokasi operasional yang signifikan.                                    |



|   |          |   |
|---|----------|---|
| Asesmen Pemasok atas Praktik Ketenagakerjaan      | G4- LA14 | Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria praktik ketenagakerjaan.   |
|   | G4- LA15 | Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil.  |
| Mekanisme Pengaduan Masalah Ketenagakerjaan       | G4- LA16 | Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi.  |
| <b>Sub Kategori: Hak Asasi Manusia (HAM)</b>      |          |   |
| Investasi   | G4- HR1  | Jumlah total dan persentase perjanjian dan kontrak investasi yang signifikan yang menyertakan klausul terkait hak asasi manusia atau penapisan berdasarkan hak asasi manusia.   |
|   | G4- HR2  | Jumlah waktu pelatihan karyawan tentang kebijakan atau prosedur hak asasi manusia terkait dengan aspek hak asasi manusia yang relevan dengan operasi, termasuk persentase karyawan yang dilatih.                                |
| Non Diskriminasi                                  | G4- HR3  | Jumlah total insiden diskriminasi dan tindakan perbaikan yang diambil.  |
| Kebebasan Berserikat dan Perjanjian Kerja Bersama | G4- HR4  | Operasi dan pemasok teridentifikasi yang mungkin melanggar atau beresiko tinggi melanggar hak untuk melaksanakan kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama, dan tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut. |
| Pekerja Anak                                      | G4- HR5  | Operasi dan pemasok yang teridentifikasi beresiko tinggi melakukan eksploitasi pekerja anak dan tindakan yang diambil untuk berkontribusi dalam penghapusan pekerja anak yang efektif.  |
| Pekerja Paksa atau Wajib Kerja                    | G4- HR6  | Operasi dan pemasok yang diidentifikasi beresiko tinggi melakukan pekerja paksa atau wajib kerja dan tindakan untuk berkontribusi dalam penghapusan segala bentuk pekerja paksa atau wajib kerja.                               |



|   |          |   |
|---|----------|---|
| Praktik Pengamanan                            | G4- HR7  | Persentase petugas pengamanan yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur hak asasi manusia di organisasi yang relevan dengan operasi.     |
| Hak Adat                                      | G4- HR8  | Jumlah total insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat dan tindakan yang diambil.                                       |
| Asesmen                                       | G4- HR9  | Jumlah total dan persentase operasi yang telah melakukan revidu atau asesmen dampak hak asasi manusia.                                    |
| Asesmen Pemasok atas Hak Asasi Manusia        | G4- HR10 | Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria hak asasi manusia.   |
|   | G4- HR11 | Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap hak asasi manusia dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil.            |
| Mekanisme Pengaduan Masalah Hak Asasi Manusia | G4- HR12 | Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap hak asasi manusia yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal. |
| <b>Sub kategori: Masyarakat</b>               |          |   |
| Masyarakat Formal                             | G4- SO1  | Persentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, asesmen dampak, dan program pengembangan yang diterapkan.                           |
|   | G4- SO2  | Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat lokal.   |
| Anti Korupsi                                  | G4- SO3  | Jumlah total dan persentase operasi yang dinilai terhadap risiko terkait dengan korupsi dan risiko signifikan yang teridentifikasi.       |
|   | G4- SO4  | Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur anti korupsi.  |
|   | G4- SO5  | Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil.  |
| Kebijakan Publik                              | G4- SO6  | Nilai total kontribusi politik berdasarkan negara dan penerima/penerima manfaat.  |
| Anti Persaingan                               | G4- SO7  | Jumlah total tindakan hukum terkait anti persaingan, anti trust, serta praktik monopoli dan hasilnya.                                     |



|   |          |   |
|---|----------|---|
| Kepatuhan                                       | G4- SO8  | Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan.   |
| Asesmen Pemasok pada Dampak terhadap Masyarakat | G4- SO9  | Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria dampak terhadap masyarakat.  |
|   | G4- SO10 | Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil.   |
| Mekanisme Pengaduan Dampak terhadap Masyarakat  | G4- SO11 | Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi.   |
| <b>Sub Kategori: Tanggung Jawab atas Produk</b> |          |   |
| Kesehatan dan Keselamatan Pelanggan             | G4- PR1  | Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan yang dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan.   |
|   | G4- PR2  | Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa sepanjang daur hidup, menurut jenis hasil.   |
| Pelabelan Produk dan Jasa                       | G4- PR3  | Jenis informasi produk dan jasa yang diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, serta persentase kategori produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti persyaratan informasi sejenis. |
|   | G4- PR4  | Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, menurut jenis hasil.   |
|   | G4- PR5  | Hasil survei untuk mengukur kepuasan pelanggan.   |
| Komunikasi Pemasaran                            | G4- PR6  | Penjualan produk yang dilarang atau disengketakan.  |
|   | G4- PR7  | Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela tentang komunikasi pemasaran,  |



|                   |         |   |
|-------------------|---------|---|
|                   |         | termasuk iklan, promosi, dan sponsor menurut jenis hasil.   |
| Privasi Pelanggan | G4- PR8 | Jumlah total keluhan yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan.                   |
| Kepatuhan         | G4- PR9 | Nilai moneter denda signifikan atas ketidakpatuhan terhadap UU dan peraturan terkait penyediaan dan penggunaan produk dan jasa. |

